

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

**ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

«На правах рукопису»

УДК _____

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри менеджменту

_____ д.е.н., проф. Дергачова В.В.

27 квітня 2018 року

МАГІСТЕРСЬКА ДИСЕРТАЦІЯ

**зі спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент інновацій»**

**на тему Впровадження інформаційних технологій для активізації
інноваційної підприємницької діяльності (на прикладі наукового
парку «Київська політехніка»)**

Виконала: студент 6-го курсу, групи УІ-61М
Кураєв Даниїл Олександрович

Науковий керівник: к.е.н., доц. Кравченко М.О.

Рецензент:

*Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць інших
авторів без відповідних посилань*

Студент _____

Київ – 2018 року

ЗМІСТ

Вступ	10
Розділ 1. Теоретичні засади дослідження проблематики активізації інноваційної підприємницької діяльності	14
1.1. Сутність та особливості інноваційної підприємницької діяльності	14
1.2. Активізація інноваційної підприємницької діяльності як передумова економічного розвитку країни	20
1.3. Інфраструктурне забезпечення активізації інноваційної підприємницької	23
Висновки до розділу 1	34
Розділ 2. Краудфандінг як інструмент активізації інноваційної підприємницької діяльності в науковому парку «Київська політехніка»	36
2.1. Місце краудфандінгу в забезпеченні активізації інноваційної підприємницької діяльності в сучасних умовах	36
2.2. Аналіз ефективності фінансування інноваційних проектів з використанням краудфандінгу	48
2.3. Дослідження передумов створення краудфандінгової онлайн-платформи на базі наукового парку «Київська політехніка»	55
Висновки до розділу 2	62
Розділ 3. Створення краудфандінгової онлайн-платформи на базі наукового парку «Київська політехніка»	64
3.1. Вибір моделі краудфандінгуу для активізації інноваційної підприємницької діяльності	64
3.2. Правове регулювання функціонування краудфандінгової платформи	70
3.3. Оцінювання ефективності створення краудфандінгової платформи на базі наукового парку «Київська політехніка»	75
Висновки до розділу 3	80
Висновки	82
Список використаних джерел	86

ВСТУП

Актуальність дослідження. Наука, технології та інновації, як засвідчує історичний досвід, завжди були вирішальним чинником розвитку суспільства. А

за останні десятиліття високорозвинені країни значно активізували інноваційний процес і чимраз він прискорюється, стає масштабнішим. Інноваційна спрямованість підприємницької діяльності забезпечує суб'єктам господарювання конкурентні переваги, слугує зміцненню їх ринкових позицій, а отже сприяє економічному піднесенню тих держав, що підтримують розвиток інноваційного підприємництва у своїй країні.

Світовий досвід свідчить, що ті країни, які за темпами і якістю економічного зростання, рівнем добробуту громадян прагнуть увійти в число лідерів, повинні бути спроможними сприймати новітні досягнення науково-технічного прогресу, ефективно та своєчасно трансформуватися, використовуючи таке багатofакторне соціально-економічне явище ринкової економіки, як підприємництво, зокрема, його специфічний різновид – інноваційне підприємництво.

Питанням інноваційного розвитку сучасної економіки велику увагу приділено в роботах В. Баумоля, С. Валентя, С. Глазьева, Р. Грінберга, І. Дежина, П. Друкера, В. Іванова, В. Ивантера, Б. Лундвалла, Ф.Махлуп, А. Некипелова, Р. Нельсона, Р. Солоу, Р. Такера, К. Фрімена, Ф. Хайєка, Г. Чесбро, Й. Шумпетера, Ю. Яковця.

Проблеми фінансування інновацій є предметом дослідження в працях як зарубіжних, так і вітчизняних економістів: Л. Гохберг, О. Доліної, С. Ермасова, В. Засенко, А. Івлева, І. Журавльов, В. Леонтьєва, А. Литвинової, А. Новикова, П. Оріхівського, С. Сазонова, Р. Фатхудинова, С. Фрумїна, М. Холла (MJB Hall), М. Рассела (MG Russel) та ін.

В останні роки в зарубіжних виданнях стали з'являтися публікації, в яких робляться спроби дослідження краудтехнологій, в тому числі стосовно фінансування інвестицій. Серед них слід відзначити праці А. Агравал, Г. Алєрс, І. Блатберга, К. Бредфорда, П. Белфлама, К. Г. Вейсмана, А. Голдфарба та ін. Проте, з огляду на відносну новизну окреслених форм інвестування, питання їх практичного використання у вітчизняних умовах є мало дослідженими,

потребують більш детального вивчення та методичного й інструментального опрацювання.

Магістерську дисертацію на здобуття ступеня магістра виконано в Національному технічному університеті України «КПІ імені Ігоря Сікорського» (м. Київ) відповідно до планів науково-дослідних робіт кафедри менеджменту. Результати дослідження, проведеного в роботі, є частиною наукової теми: «Інноваційні засади розвитку промислових підприємств в рамках інтеграції в світовий економічний простір» (№ ДР 0114U001132) – внесок автора полягає в обґрунтуванні необхідності залучення краудфандінгових платформ до фінансування інноваційних проектів.

Метою роботи є розроблення інструментів для активізації інноваційної підприємницької діяльності.

У роботі було поставлено та вирішено наступні **завдання**:

- виділити основні фінансові особливості розвитку інноваційного підприємництва в Україні для подальшого обґрунтування необхідності використання альтернативних інструментів фінансування інновацій переважно на ранніх стадіях розвитку бізнесу;
- визначити місце неформальних інвесторів і краудфандінгу в системі джерел та інструментів фінансування інновацій;
- розширити уявлення про краудфандінг як новий інструмент фінансування інновацій за рахунок уточнення понятійного апарату, суб'єктного складу, класифікації його моделей і типів;
- проаналізувати ефективність застосування краудфандінгу для фінансування інноваційних проектів;
- дослідити передумови створення краудфандінгової платформи на базі науково парку;
- визначити особливості правового регулювання краудфандінгової платформи;

- проаналізувати ефективність застосування краудфандінгу як інструменту залучення інвестицій.

Об'єктом досліджень виступає процес активізації інноваційної підприємницької діяльності.

Предметом дослідження є сукупність теоретичності та практичних положень що розкривають вплив інформаційних технологій на процес активізації інноваційної підприємницької діяльності.

Методи дослідження. Методологічну базу роботи склали загальнонаукові принципи і методи дослідження, які передбачають системний і діалектичний підходи до дослідження проблем фінансування інновацій. Безпосередньо в процесі дослідження застосовані такі загальнонаукові методи і прийоми, як наукова абстракція, групування, класифікація, порівняння, індукція, дедукція, аналіз, синтез та інші. При оцінці ефективності впровадження краудфандінгової платформи було використано програмний продукт IBM SPSS Statistics 21.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що полягає у розвитку комплексу теоретичних положень і рекомендацій, пов'язаних з формуванням і використанням інструментарію фінансування інновацій в Україні за допомогою краудфандінгу; розробці практичних рекомендацій стосовно створення краудфандінгової платформи на базі наукового парку.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані заходи дозволяють підвищити ефективність фінансування стартап-проектів наукового парку, залучити додаткові фінансові ресурси, недоступні до цього.

Апробація результатів дослідження. Основні практичні результати дослідження доповідались на конференції «Сучасні підходи до управління підприємством» в 2017 та 2018 році.

Публікації. За результатами магістерської дисертації опубліковано:

1. Кравченко М. О. Перспективи застосування краудфандінгу та краудінвестінгу для фінансування стартап-проектів / М. О. Кравченко, Д. О.

Кураєв // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2017. - Вип. 24(2). - С. 127-131. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24%282%29__28 (фахова стаття).

2. Кураєв Д. О. Перспективи застосування краудфандигу та краудінвестингу / Д. О. Кураєв // Сучасні підходи до управління підприємством: зб. тез доп. VIII Всеукраїнської наук.-практ. конф., 6 квіт. 2017 р. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017. – 75 с.

3. Кураєв Д.О. Краудфандінг та краудінвестінг як форми залучення інвестицій в проекти / Д.О. Кураєв, М.О. Кравченко // Сучасні підходи до управління підприємством: зб. тез доп. IX Всеукраїнської наук.-практ. конф., 12 квіт. 2018 р. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. – 25 с.

Структура та обсяг роботи. Магістерська дисертація на здобуття ступеня магістра містить 91 сторінку, 2 таблиці, 8 рисунків. Перелік посилань нараховує 60 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМАТИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність та особливості інноваційної підприємницької діяльності

Термін «інновація» в економічних дослідженнях трактується як перетворення потенційного в реальний, що втілюється в нових продуктах та технологіях. Велика кількість науковців по-різному розглядають це поняття у своїх роботах. Так, Гарольд Барнет виділяє аспект духовної творчості і трактує цей термін як нові думки, способи поведінки або предмети, що якісно відрізняються від попередніх форм [1].

Д. Червньов та Л. Нейкова трактують інновацію як техніко-економічний процес, який, завдяки практичному використанню продуктів розумової праці – ідей і винаходів, приводить до створення кращих за властивостями, нових видів продукції та нових технологій, які, з'явившись на ринку у якості нововведень, можуть принести додатковий дохід [2]. Б. Санто визначає інновацію як суспільно-техніко-економічний процес, який через практичне використання ідей і винаходів приводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій, і у випадку, якщо інновація орієнтована на економічну вигоду, прибуток, її поява на ринку може принести додатковий дохід [3].

За визначенням Ф. Ніксона інновація — це сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що дають поштовх появі на ринку нових і поліпшених промислових процесів і устаткування [4]. В. Зянько в своїх роботах, систематизуючи попередні дослідження дає наступне визначення: «інновація – це результат втілення чи матеріалізації новаторської ідеї у певній предметній субстанції – продукті, технології, засобі людської діяльності чи

послугі, для якої властиві нові споживчі якості, а реалізація передбачає зміну усталених, звичних способів діяльності, створення нового чи урізноманітнення старого попиту з метою отримання економічного, соціального, екологічного чи іншого ефекту» [5].

Поряд з визначенням інновації дуже часто розглядаються такі поняття як «новація» та «нововведення». Але подібно до поняття інновації, вони не мають єдиного трактування серед науковців. Проте, більшість з них сходяться на думці, що під терміном «новація» мається на увазі новизна, яка є властивою як інновації, так і нововведенню. Поняття «нововведення» в свою чергу, є матеріалізованою у новому засобі, методі чи продукті новаторською ідеєю, новим чи вдосконаленим предметом або технологією, що містять суттєві відмінності від уже існуючих аналогів, однак ці два поняття не тотожні. Інновація відрізняється від нововведення за своїм призначенням [5].

Інновації можна розділити на декілька типів. Узагальнена схема зображена на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Класифікація інновацій

Джерело: складено автором на основі [5]

Інноваційна діяльність – це процес зі створення та просування на ринок інноваційних товарів (як конкретної продукції, так і технології, тобто способу виробництва чи управління виробництвом), в ціну яких входить додана вартість та оцінка об'єкта інтелектуальної власності з точки зору суб'єкта господарювання є інноваційною діяльністю [5].

Метою проведення будь-якої інноваційної діяльності є отримання прибутку та зайняття домінуючої позиції на ринку. Дана діяльність – це складна система, в якій беруть участь різні учасники. З одного боку, це вчені та винахідники, з іншого – підприємці-новатори, і нарешті інвестори, які зацікавлені в проведенні інноваційних досліджень, вдосконалюючи таким чином процес виробництва.

Підприємницька інноваційна діяльність безпосередньо пов'язана з вдосконаленням знань, доведенням інноваційної ідеї до розробок конкретного товару, послуги чи технології, які користуються попитом на ринку, з розрахунком одержати інноваційний прибуток. Така діяльність передбачає здійснення цілого комплексу практичних заходів з підготовки і організації виробничого процесу, модифікації продукту і технології, перепідготовку персоналу для виконання нового завдання, застосування нових технологій, обладнання тощо, які бере на себе організатор господарського процесу – підприємець [5].

Метою підприємницької інноваційної діяльності є отримання економічного ефекту від практичного впровадження інновацій і їх подальшої реалізації. З цією метою необхідне проведення маркетингових досліджень ринкового попиту на нову продукцію, зокрема здійснення рекламної компанії, вивчення пропозиції близької за своїми техніко-економічними характеристиками продукції фірм-конкурентів і т. ін. Все це говорить про те, що необхідною умовою вдосконалення механізму управління інноваційною діяльністю в процесі формування ринкової економічної системи є створення системи розвиненого інноваційного підприємництва [5].

Інноваційне підприємництво – це модель підприємницької діяльності, яка пов'язана з новаторством. Роль підприємця в такому випадку зводиться до створення нововведень, тобто продуктів (товарів і послуг), технологій, методів організації виробництва та управління, невідомих раніше, за допомогою використання традиційних факторів виробництва та їх нового поєднання. Такий вид діяльності потребує розуміння системних елементів, що взаємодіють між собою на ринку, конкурують та приймають рішення залежно від існуючих обставин. Таким чином, підприємство, що займається розробкою чи впровадженням інновацій повинно бути готовим до ризиків, які притаманні цьому виду діяльності.

За визначенням Господарського кодексу України, підприємництво – це самостійна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [6]. У Законі України «Про інноваційну діяльність» визначено, що підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 % його загального обсягу продукції і (або) послуг, носить назву інноваційного підприємства (інноваційного центру, технопарку, технополісу, інноваційного бізнес-інкубатора тощо) [7].

Як свідчить досвід розвинених країн світу, технологічний прогрес перманентно здійснює вплив на якість життя людей, їх взаємовідносини один з одним, їх ставлення до навколишнього середовища. Розробка нових технологій, які покликані забезпечити застосування екологічно чистих та безвідходних технологій неможлива без розвитку інноваційного підприємництва.

Інноваційний процес включає в себе реалізацію інвестицій, у ході якої поєднується наука, техніка, економіка, підприємництво й управління [8].

Одним з факторів, що сприяють активізації інноваційного підприємництва та освоєння новітніх технологій є глобалізація. Завдяки цьому

процесу у розвинених країнах світу спостерігається збільшення частки іноземного фінансування, транснаціональні корпорації масово створюють нові дослідницькі підрозділи. Для українських підприємств це дає змогу залучати більшу кількість фінансових ресурсів для розвитку інноваційного процесу, проте більшість вітчизняних фірм не в змозі конкурувати за ці ресурси на міжнародному ринку з компаніями, які на даний момент уже застосовують новітні розробки у сфері виробництва чи управління. Оскільки технологічний розрив між Україною та розвиненими країнами постійно зростає, вітчизняні підприємства повинні не лише втілювати існуючі передові технології управління, але й розробляти свої власні, які враховують особливості господарювання в нашій країні.

Забезпечити економічну ефективність і конкурентоспроможність в сучасних умовах можливо лише параметрами якості та унікальності, що досягається використанням у виробничому процесі нових ідей, високих технологій та новітньої техніки, на що орієнтоване інноваційне підприємництво. Без заохочення розвитку і підтримки інноваційної підприємницької діяльності переорієнтації економіки на високотехнологічний постіндустріальний розвиток не відбудеться, натомість матиме місце консервування технологічного відставання [5].

Успішний розвиток малих інноваційних компаній (їх кількісне та якісне зростання) активно впливає на досягнення збалансованості економіки, виступає необхідним чинником інноваційної спрямованості всього комплексу господарювання. Досягнення необхідної безперервності і масштабності інноваційного процесу визначається станом підприємств, які орієнтовані на розробку нових знань, впровадження наукоємної продукції в промислове виробництво, комерціалізацію наукових досліджень. Саме мала інноваційна підприємницька діяльність в значній мірі змінює пріоритети прикладних досліджень і розробок, активно стимулює процес створення нового промислового виробництва. Масштаби і значимість суб'єктів інноваційної

діяльності підвищують конкурентоспроможність і ефективність виробничого сектору економіки та вимагають створення для них оптимальних інституційних умов для їх успішного функціонування і зростання.

Саме стартап, як форма інноваційного підприємництва, поєднує у собі характеристики, що дозволяють йому оптимально функціонувати у складних умовах сучасного ринку.

Одна з основних причин створення, успішного розвитку та подальшого існування стартапів – це повільна реакція великих корпорацій, які успішно використовують вже наявні продукти, а розробкою і створенням нових майже не займаються. Тому стартапи завдяки своїй мобільності в плані втілення нових ідей складають їм конкуренцію [9].

До характерних ознак стартап-проекту можна віднести:

- новизна й унікальність ідеї;
- нове підприємство (проект), може не бути зареєстрованим у відповідних органах влади;
- впевненість в проекті та його гнучкість, з урахуванням потреб ринку;
- здатність до адаптації;
- здатність бізнес-моделі стати масштабованою, бути повтореною і розширеною;
- висока швидкість розвитку проекту і максимально ефективне просування компанії на ринку.

Стартап досягнув значного розвитку в США, деяких країнах Європи та східної Азії. Що стосується України, то ринок стартапів на даний момент переживає стадію дорослішання. Значною мірою це пов'язано з тим, що рівень проникнення інтернету один з найнижчих в Європі — 43,9% (дані Gemius, квітень 2016 року). Платоспроможність в українців низька. У країні відсутня велика клієнтська база, що не дозволяє створювати дорогі проекти. Більшість українських проектів спрямовані на внутрішній ринок, що унеможлиблює їх застосування на глобальному рівні. Стартап-проекти українських компаній

своєю масштабністю та бюджетом поступаються проектам Росії, Європи, США та Азії. Більшість українських ІТ-компаній змушені орієнтуватися на зарубіжні ринки. Інвестиції на ринку стартапів України мають прихований характер. До того ж, в Україні слабо розвинене венчурне інвестування, а особливо таких її складових, як інкубатори для стартапів і інвестори — «янголи» [10].

1.2. Активізація інноваційної підприємницької діяльності як передумова економічного розвитку країни

Проблема інтеграції до світової економіки зумовлює вирішення першочергових завдань, зокрема – перехід до інноваційного типу розвитку. Перш за все, для цього необхідно визначити перспективи інноваційних перетворень в державі. Використання ринкових механізмів для забезпечення впровадження передових технологій призведе до збільшення випуску конкурентоспроможної продукції.

Передові країни світу вже давно перейшли на нову парадигму економічного розвитку, яка базується на знаннях, інформації та інноваціях як найважливіших ресурсах. На жаль, Україна сьогодні далеко позаду у технологічному розвитку. Саме тому питання створення нової системи управління науково-технічним прогресом та впровадження моделі інноваційного розвитку є актуальним.

Ядром структурних змін як промислово розвинених країн, так і країн, що швидко розвиваються, є державна інноваційна стратегія та активна науково-технічна політика підприємств і регіонів, орієнтована на сприяння розвитку передових технологій, НДДКР проривного характеру. Для створення і розповсюдження інновацій потрібно не лише щоб процвітала освіта, наука, а виробництво було здатне сприймати новітні досягнення, але й існували

стимули, що спонукають суб'єктів розробляти і впроваджувати інновації, фінансові засоби, сприятливі соціальні умови. Аби можна було стверджувати, що суспільство формує інноваційну систему, треба щоб позитивною була його орієнтація на НТП [5].

До перешкод активізації інноваційної підприємницької діяльності в Україні слід віднести [5]:

- структурна деформація економіки (домінування сировинних галузей, або галузей з низьким рівнем обробки). Однак пріоритет державної фінансової підтримки надається саме цим галузям, куди вкладається до 70 % бюджетних коштів, зокрема в паливну промисловість і чорну металургію — понад 50 %. У той же час позитивні тенденції нарощування обсягів виробництва та реалізації інноваційної продукції у промисловості не підтверджуються якісними структурними змінами товарного експорту України (232 монографія);

- низький попит на високотехнологічну продукцію вітчизняного виробництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Це пояснюється низькою конкурентоспроможністю значної кількості товарів та орієнтацією підприємств на традиційні схеми виробництва та стабільність ринків збуту;

- неадекватність існуючої системи організації виробництва і рівня менеджменту завданням інноваційного розвитку;

- відсутність ефективної системи підвищення кваліфікації і досвіду організації роботи працівників в умовах інноваційного розвитку;

- незадовільний стан виробничого апарату більшості галузей, що зумовлено зношеністю основних фондів;

- недостатність уваги з боку вітчизняних підприємців формуванню ефективних структур, що спеціалізуються на зборі, зберіганні та обробці науково-технологічної та економічної інформації з метою її оперативного використання;

- відсутність законодавчого механізму дієвого захисту інтелектуальної власності, а також об'єктивної інформації про наявний інтелектуальний потенціал країни;

- вимушеність більшості вітчизняних підприємців при вирішенні питань інноваційного розвитку розраховувати в основному на власні фінансові ресурси. Як державні, так і недержавні фінансові інституції в Україні дуже слабо орієнтовані на інвестування інновацій.

Очевидно, що основою для прояву інноваційної активності підприємства є наявність у нього відповідного ресурсного потенціалу (фінансового, кадрового, матеріально-технічного, інформаційного та ін.). Однак для того, щоб ці ресурси були орієнтовані на реалізацію конкретних інноваційних технологій, необхідно, щоб підприємство мало здатністю ефективно їх використовувати. Певною мірою така здатність може бути забезпечена за допомогою організаційно-управлінських дій, а також на основі реалізації економічних, фінансових та інституційних механізмів. Причому важливо зазначити, що найбільший рівень інноваційної активності підприємств відзначається в тому випадку, коли наявність сприятливих соціально-економічних та інституційних умов поєднується з самоорганізаційними інноваційними процесами в економічній системі, а також при наявності внутрішніх стимулів у суб'єктів підприємництва до здійснення інновацій [11].

Найбільш поширеними стимулами інноваційної активності підприємств, як показує вітчизняний і світовий досвід, є: пряме фінансування інноваційних розробок, надання безвідсоткових позичок та дотацій, зниження державних мит, відстрочка або повне звільнення від них, а також надання ряду інших пільг і преференцій економічного характеру [11].

Своєрідність нинішнього етапу НТП полягає в тому, що процес трансформації ринкових відносин відбувається в нових умовах – умовах чимраз більших економічних перетворень, зростання рівня невизначеності, підвищення господарської небезпеки. У країнах постіндустріального розвитку цей процес

розвивається не стихійно, а за активного впливу і стимулювання з боку держави, яка своїми діями намагається забезпечити ефективність суспільного виробництва. Такі ж умови невизначеності і ризику характерні для нинішньої вітчизняної економіки. Тому український уряд також не повинен бути обіч процесу ринкових перетворень в країні, а має активно впливати на реорганізацію національного господарства. Тоді як, на думку фахівців, сьогодні державне регулювання ринку інновацій практично не здійснюється, більше того, ті важелі, які вже застосовуються, працюють проти інноваційної діяльності [12].

Вітчизняні та зарубіжні дослідники поки що не виробили єдиних шляхів переходу від стихійних процесів модернізації реального сектора економіки до його прискореної трансформації за активної участі держави – вважають розробники пропозицій до моделі інноваційного розвитку України. Модель інноваційного розвитку реалізується головним чином через проведення виваженої національної інноваційної і промислової політики. Без вироблення довгострокової стратегії соціально-економічного розвитку здійснити перехід до національної інноваційної системи неможливо. Саме держава повинна взяти на себе зобов'язання створити сприятливі організаційні і фінансові умови, які б забезпечили успішне практичне втілення інноваційних ідей і проектів [13].

Як зазначає у своїй роботі В. Марцин, «недостатній рівень державного регулювання економіки, несформованість ринкового середовища створюють висхідну методологічну помилку в організації розвитку економіки» [14].

1.3. Інфраструктурне забезпечення активізації інноваційної підприємницької діяльності

Результативність інноваційної підприємницької діяльності залежить від ефективності функціонування ринкового механізму, який надає певної спрямованості економічній поведінці суб'єктів інноваційного підприємництва шляхом створення належних умов для їх діяльної взаємодії з різними науково-дослідними і фінансовими структурами. Таку взаємодію забезпечують, зокрема, суб'єкти ринкової інноваційної інфраструктури, яка формується внаслідок розвитку науково-технічного співробітництва підприємництва і наукових установ. Інноваційна інфраструктура обслуговує підприємства, що впроваджують інноваційні проекти, сприяє розвитку інноваційних процесів, створює необхідні умови для ефективної господарської діяльності. Для стимулювання розвитку підприємницького середовища, сприятливого для інновацій, потрібно не лише активно використовувати спонукальні мотиви до нововведень, але й створювати належну ринкову інфраструктуру інноваційного розвитку та інформатизації владних і бізнесових інституцій. Більше того, при наявності необхідного науково-технічного потенціалу соціально-економічні чинники у вигляді ринкової інноваційної інфраструктури набувають вирішального значення у розгортанні інноваційної підприємницької діяльності [5].

Розуміння важливості розвитку інноваційної інфраструктури на макроекономічному рівні замовлено такими причинами [15]:

- глибокими структурними перетвореннями в економіці, що базуються на експорті ресурсів та імпорті машин і обладнання;
- високим ступенем зношеності основних фондів, перш за все обладнання;
- потребами промисловості в нових знаннях і технологіях, що забезпечують випуск конкурентоспроможної на світовому ринку продукції;
- необхідністю збереження і розвитку науково-технічного потенціалу та інноваційного підприємництва, відвернення відтоку інтелектуальної власності й

наукових кадрів за кордон, підвищення результативності інноваційної діяльності;

- проблемою створення нових робочих місць;
- створенням ринку інновацій.

У більшості країн роль організатора створення інноваційної інфраструктури бере на себе держава. Зокрема, на державу покладається формування сучасної системи науково-технічної інформації, яка забезпечує широкий доступ усіх регіонів країни до відомостей про нові досягнення науки і технологій, патентної інформації, надає можливість користувачам задіяти сучасні інформаційні технології в інтересах розвитку і оптимізації діяльності своїх підприємств. Поширення у світі набула також практика створення державою системи демонстраційно-консультативних та навчальних інноваційних центрів у регіонах, які влаштовують демонстрацію можливостей нових технологій, консультації та навчання працівників, що збираються їх застосовувати, організовують контакти споживачів із розробниками. Держава бере на себе роль організатора і при створенні центрів прокату сучасних приладів і обладнання, регіональних мережевих інноваційних структур (кластерів), які сприяють розвитку співробітництва технологічно пов'язаних між собою підприємств, наукових установ, фінансових інституцій, адміністративних органів [5].

Інноваційна інфраструктура сучасної ринкової економіки повинна мати здатність швидко реагувати на динамічні зміни економічних явищ і процесів, а тому кількість її структурних елементів та суб'єктів постійно зростає. Однак, кінцевою метою формування інноваційної інфраструктури повинно бути не просте її розширення та збільшення кількості господарських суб'єктів для сприяння веденню науково-технічної й інноваційної діяльності, а забезпечення ефективного здійснення такої діяльності в інтересах суспільства, включаючи сприяння сталому економічному зростанню, прискоренню структурної перебудови і оновленню номенклатури продукції, що випускається, посиленню

її конкурентоздатності та привабливості на внутрішньому і зовнішньому ринках, створення нових робочих місць і збереження науково-технічного потенціалу. У зв'язку з цим на інноваційну інфраструктуру ринку покладається виконання таких основних завдань:

- фінансове та економічне забезпечення діяльності інноваційно-го підприємництва за рахунок використання спеціальних фондів фінансових ресурсів державного і місцевих бюджетів, а також приватних інвестицій;
- інформаційне забезпечення функціонування інноваційного підприємництва (базами і банками даних), зокрема на комерційних умовах;
- виробничо-технологічна підтримка, включаючи використання лізингу, створення нової конкурентоздатної наукомісткої продукції та високих технологій і їх практичне освоєння інноваційними підприємствами;
- сприяння у просуванні науково-технічних розробок і наукомістких товарів та послуг на регіональні, національний та світовий ринки за рахунок проведення ефективної маркетингової (зокрема рекламної і виставочної), патентно-ліцензійної діяльності, захисту інтелектуальної власності;
- проведення високопрофесійної наукової, фінансово-економічної, екологічної й інших видів експертиз інноваційних програм, проектів, пропозицій, заявок тощо.
- здійснення сертифікації наукомісткої продукції і послуг, що надаються інноваційними підприємствами;
- координування та регулювання розвитку науково-технічної й інноваційної діяльності;
- забезпечення підготовки і перепідготовки кадрів, зокрема «менеджерських команд», для роботи у сфері інноваційного підприємництва, зокрема міжнародного бізнесу, та ін.

У світі склалися досить універсальні тенденції розвитку інноваційних систем. Найважливішу роль в них відіграє держава, що розвиває координаційні механізми для ув'язки дій їх суб'єктів та регулюючи «провали ринку». У сфері

інновацій виділяють кілька таких провалів ринку [16]: дилема «досконала конкуренція - інноваційна рента»; зовнішні ефекти, що не можуть бути компенсовані; дублюючі дослідження; недостатність швидкості поширення нових знань; недоступність великомасштабних вкладень; проблеми внутрішньої координації інноваційного процесу; «моральний ризик»; інституційні пастки інноваційного розвитку («психологічна неготовність»); некомпліментарність інноваційного потенціалу, інноваційних витрат, інституційного середовища.

Великі країни, що розвиваються - Китай, Індія, Бразилія освоюють нові для них траєкторії зростання на основі глобалізації інноваційної діяльності, поєднуючи активну політику залучення іноземних інвестицій в наукомісткі галузі спочатку з торговою експансією, а потім і здійсненням власних інвестиційних проектів в сфері хай-тек. Модернізація сільського господарства, промисловості, будівництва, транспорту і зв'язку на основі новітніх технологічних рішень, реалізована в країнах, де проживає більша частина населення світу, принципово змінює картину глобального розвитку. У Китаї і Бразилії зростання витрат на науку стримується нестачею дослідників. Проте, в Китаї частка видатків на науку вже досягла 1,8% ВВП і продовжує рости. Згідно з Планом-2020, влада КНР в довгостроковій перспективі має намір створити інноваційно орієнтовану державу [17].

Найважливішими елементами і основою здорової економіки в більшості країн є малий бізнес і створення нових інноваційних підприємств. Неокласична модель економічного зростання Солоу-Свона довела, що економічне зростання тісно пов'язаний з інноваційним рівнем країни [18]. Малий бізнес вносить істотний внесок в розвиток інноваційної ек-номіки багатьох країн: у Франції - 4,2%, в США, Німеччині та Італії - понад 5%, Канаді, Великобританії - більше 10% [19].

Особливістю української економіки є те, що вона постачає «інтелектуальну сировину» (ідеї та розробки) на ринок інновацій, імпортуючи

при цьому готові технології та обладнання, створене, в тому числі, на базі вітчизняних розробок.

Формування і розвиток інноваційної політики обов'язково передбачає вибір джерел та інструментів фінансування інновацій в державі. Під джерелами фінансування інновацій розуміються фінансові інститути, підприємства та організації різних форм власності та організаційно-правових форм, різні фонди, а також фізичні особи, які забезпечують фінансовими ресурсами інноваційні проекти.

Основними інструментами державної підтримки досліджень та розробок є: бюджетне фінансування у вигляді субсидій, що розподіляються в формі грантів; інвестування у вигляді внесків до статутного капіталу організацій; кредити і позики на особливих (пільгових) умовах; державні гарантії; державне замовлення; податкові пільги.

Державне замовлення використовується окремими проектами органів виконавчої влади та дає можливість інноваційній компанії отримати кошти для розвитку за рахунок продажу продукції. Особливості державного замовлення як інструменту фінансування інноваційних проектів полягають в наступному:

- механізм прямого бюджетного фінансування інноваційних розробок. Тут важливо підвищити обґрунтованість планування обсягів і номенклатури державних закупівель, забезпечити їх взаємопов'язаність з програмами інноваційного розвитку країни та регіонів;

- виступає як інструмент регулювання та стимулювання інноваційної діяльності за допомогою розвитку ринку інноваційної продукції, в тому числі за рахунок стимулювання попиту на ринку через закупівлі нових продуктів і технологій. У цьому випадку важливо зниження бар'єрів і створення конкурентних переваг для входу на національний ринок підприємств, які виробляють інноваційну продукцію [20];

- створює передумови переходу на інноваційний тип розвитку шляхом залучення більшої кількості підприємств в інноваційну діяльність, стимулює

попит на інноваційну продукцію а також впливає на вкладення державних коштів в національну економіку.

У розвинених країнах державні контракти від різних державних організацій на проведення НДДКР та виробництво інноваційної продукції є одним з найважливіших інструментів підтримки інноваційних малих та середніх підприємств.

У складі корпоративних (інституціональних) джерел фінансування інновацій окремо варто виділити венчурні та інвестиційні фонди, а також колективних інвесторів. На фінансування інновацій можуть бути спрямовані і засоби самих підприємств, що реалізують інноваційні проекти. Інструментами фінансування інновацій в організації виступають: власні кошти (прибуток, амортизаційні відрахування, страхові відшкодування, і т. д.); залучені кошти, отримані від продажу акцій, а також внески, цільові надходження та ін.; позикові кошти у вигляді бюджетних, банківських і комерційних кредитів на різній основі.

Одним з ефективних фінансових інструментів інноваційних проектів є венчурне фінансування, що грає роль каталізатора розвитку галузей, що характеризуються високою доданою вартістю і динамічно зростаючими (новими) ринками. Становлення в світі венчурного фінансування співпало за часом з бурхливим розвитком комп'ютерних технологій. Венчурне фінансування стало одним з двигунів економіки розвинених країн, хоча обсяг його капіталовкладень в загальному інвестиційному потоці відносно незначний [21]. Венчурні фонди і компанії живуть за формулою - високий ризик (high risk) - високі технології (high tech) - високий рівень життя - (high life).

Головна специфіка венчурного фінансування полягає в наданні грошових коштів компанії в обмін на частку в статутному капіталі організації, що сприяє зростанню бізнесу, який на початковій стадії свого розвитку виступає високоризикованим.

Крім того, характерними рисами венчурного фінансування є:

- здійснюється безпосередньо в акціонерний капітал компаній;
- завжди пов'язане з високим ризиком;
- існує довготривала відсутність ліквідності;
- повернення з інвестицій здійснюється за рахунок продажу акцій (частки в акціонерному капіталі) компаній.

Важливу роль у фінансуванні інновацій грають і колективні інвестори, до яких відносяться недержавний пенсійні фонди, страхові організації, інвестиційні фонди (пайові та акціонерні), кредитні спілки, товариства взаємного страхування. Причому їх роль в основному зводиться до додаткового джерела ресурсів для венчурних фондів. Засоби пенсійних фондів і страхових компаній важливі для венчурного бізнесу та інноваційного сегменту економіки України в цілому. Однак, механізми, пов'язані із використанням коштів інституційних інвесторів в цій області, повинні бути жорстко регламентовані і підконтрольні державі.

В Україні банківські кредити найменш використовуються для фінансування інноваційних проектів, особливо в малому та середньому бізнесі. Нормативи Національного Банку орієнтують комерційні банки в основному на кредитування діючого виробництва, а не нового бізнесу внаслідок великої кількості ризиків. Для організації проектного фінансування банки вимагають у якості забезпечення гарантії третіх осіб - фінансово стійких компаній або застави, що значно перевищує суму передбачуваного фінансування. На таких умовах переважна кількість ініціаторів проектів (особливо представники малого та мікробізнесу) не можуть почати нову справу. Найчастіше банківські умови ведуть до банкрутства ініціатора проекту, і його активи переходять до банку. Відсутність фінансових інструментів, що компенсують ризик подорожчання проекту, призводить до того, що банки відмовляються від кредитування економічно ефективних проектів (індустріальних стартапів), якщо в ініціаторів немає запасу фінансової міцності у вигляді застав. Тому ініціатори проектів і

банки зацікавлені не стільки в державній гарантії при проектному фінансуванні, скільки на інвестиційній фазі.

Приватні інвестори в Україні часто не готові вкладати кошти у високоризиковані і потенційно високоприбуткові проекти. Відсутність достатньої кількості успішних виходів також відлякує консервативних інвесторів від ведення «янгольської діяльності».

За останні кілька років великої популярності набули «бізнес-янголи» (business angels) - приватні інвестори, що вкладають особисті фінансові ресурси в високоризиковані проекти на ранніх етапах розвитку. Про це ринку відомо набагато менше, ніж про діяльність венчурних фондів. Однією з істотних відмінностей венчурних компаній від бізнес-янголів є те, що перші керують чужими коштами, в той час як останні інвестують свої власні кошти.

Інституту бізнес-янголів притаманні деякі особливості:

- дуже високі ризики, в порівнянні з якими навіть венчурне фінансування є більш консервативним;
- відсутність чіткого (детального) бізнес-плану і вибудованої бізнес-моделі у інноваційного підприємства;
- порівняно невеликий обсяг інвестицій, потрібних компанії, як правило до 1 млн. дол.;
- здійснюють інвестиції в підприємства за рахунок власних коштів, а не залучених.

Сучасний тренд, що з'явився у відповідь на фінансову кризу і зниження рівня життя, відроджує колективне використання існуючих ресурсів і здібностей людей, які залишаються мало задіяними або взагалі не використовуються їх справжніми власниками, створює спільно-часткову власність для використання в спільних цілях і під єдиним управлінням. Все це називається sharing economy (shareconomy), або дольовою економікою. В історії і до сьогоднішнього дня збереглися такі приклади подібної кооперації як артіль. Однак завдяки широкому розповсюдженню Інтернету і комп'ютерів, дане явище

отримало новий стимул розвитку, ставши настільки популярним, що знаменитий Ганноверський ярмарок CeBIT-2013, зробив shareconomy своїм лейтмотивом.

Один з подібних інструментів, краудфандінг, стане, як вважається, «ультимативним посередником між компаніями і домогосподарствам» [57]. За своєю суттю краудфандінг є інститут для привнесення деякої демократії в світ фінансових операцій.

Новим фінансовим інструментом стає краудфандінг або народне фінансування (від англ. crowd funding, crowd - «натовп», funding - «фінансування»), як колективне співробітництво людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. В даний час краудфандінг зарекомендував себе як повноцінний фінансовий інструмент, причому інвестицій на посівній стадії. Краудфандінг здатний змінити правила гри в галузі фінансування інновацій і тим самим в конкурентній боротьбі, що йде в кожній з галузей і серед розвинених країн світу.

Основні тенденції та чинники розвитку краудфандінга, в тому числі як інструменту фінансування інновацій [22]:

- технологічні досягнення і розвиток соціальних засобів масової інформації. Сучасний рівень розвитку технологій дозволяє користувачам інтернету вступати в онлайн-спільноти за інтересами, щоб обмінюватися ідеями і вирішувати нагальні проблеми;

- відмова від посередництва. Забезпечується прямий зв'язок покупців з продавцями, творців з інвесторами і проектів з спільнотами. Традиційні бізнес-моделі занадто складні і вимагають великих часових і фінансових витрат;

- малий бізнес відчуває труднощі з залученням початкового капіталу. Стартапи стикаються з великими труднощами, намагаючись залучити невеликі суми для початкового фінансування (до 1 млн. дол.).

- краудфандінговий ефект «парадигма зсуву». Підприємці починають освоювати краудфандінговий спосіб фінансування, завдяки якому вони отримують не тільки необхідний стартовий капітал, а й додаткову рекламу через соціальні мережі, і безцінні відгуки від споживачів. Багато інвесторів усвідомлюють, що вони можуть брати участь в реалізації проектів від початку до кінця, відстежуючи процес їх розвитку і допомагаю в міру сил.

Узагальнена схема джерел фінансування інновацій зображена на рис. 1.2.

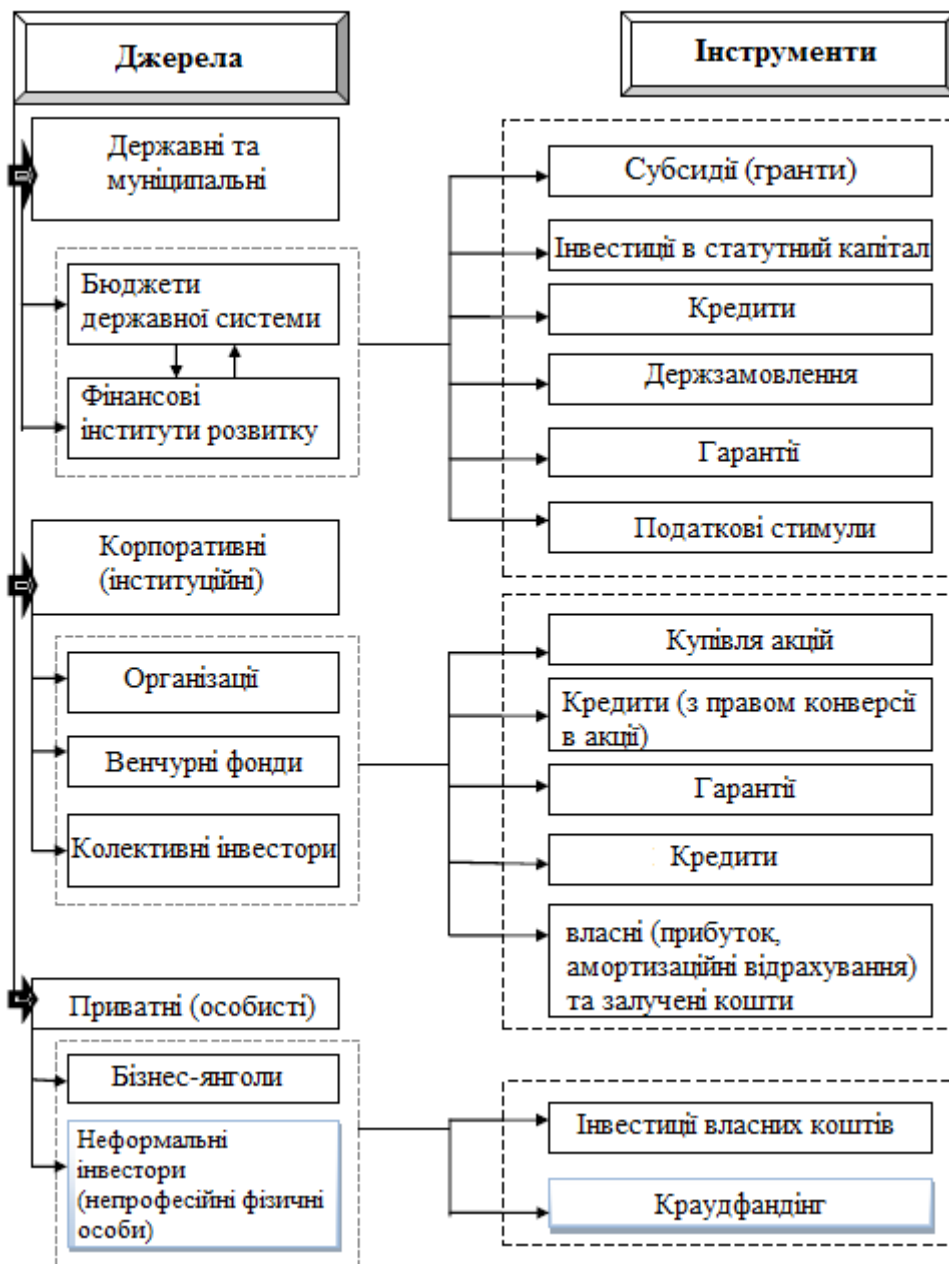


Рис. 1.2. Джерела та інструменти фінансування інноваційного розвитку

Джерело: [23]

Незважаючи на те, що неформальне інвестування в інноваційні проекти набуло популярності лише останнім часом, значна кількість фінансових ресурсів уже залучена за допомогою цих інструментів.

Висновки до розділу 1

Інноваційна підприємницька діяльність виступає пріоритетним напрямом економічного розвитку та визначальною формою реалізації національних інтересів. За рахунок інновацій легко відтворюється конкурентоспроможність, залучається до країни потік глобальних інвестицій. Разом з тим, інвестування ефективно лише тоді, коли забезпечує зростання продуктивності праці, що відбувається перш за все шляхом забезпечення безперервності, оновлення технологій і продуктів, на що якраз і орієнтоване інноваційне підприємництво.

Інноваційне підприємництво – це засіб досягнення комерційної мети і чинник економічної стабільності й зростання, оскільки інновації орієнтовані на задоволення ринкового попиту, конкретних запитів споживачів. Але інноваційне підприємництво потребує активної підтримки та стимулювання розвитку з боку держави: у зв'язку з невизначеністю кінцевих результатів більшості фундаментальних досліджень; недостатністю стимулів з боку приватного бізнесу до проведення науково-технічних досліджень у сфері охорони здоров'я, міського господарства тощо, результати яких дають в основному соціальний, а не економічний ефект; недостатнім розвитком в нашій країні економічної конкуренції та існуючим монополізмом в науково-технічній сфері, що обмежує ринок інноваційної продукції.

Розвиток ринкової інноваційної інфраструктури повинен стати складовою пріоритетних державних програм. Регіональним органам влади доцільно надати повноваження приймати остаточні рішення щодо підтримки територіальних інноваційних структур, залишивши за урядом лише роль координатора зусиль місцевих влад зі створення регіональних і технологічних мереж інноваційної інфраструктури та сприяння їх інтеграції у європейську та світову інноваційну мережу.

Одним з першочергових нинішніх завдань української держави має стати забезпечення фінансування інноваційного процесу, для чого необхідно створити ефективний ринковий механізм використання кредитних і фінансових ресурсів, що передбачає розробку та реалізацію системи заходів з активізації інвестиційної діяльності комерційних банків та інших фінансових посередників, їх зацікавлення у довгостроковому кредитуванні, а також застосування поряд з кредитами таких способів фінансування інноваційних проектів, як краудфандінг та краудінвестінг, що створюватиме необхідні умови для переміщення доходів з низькотехнологічних сегментів економіки у високотехнологічні, та сприятиме переходу до моделі інноваційного розвитку економіки.

РОЗДІЛ 2

КРАУДФАНДІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В НАУКОВОМУ ПАРКУ «КИЇВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

2.1. Місце краудфандінгу в забезпеченні активізації інноваційної підприємницької діяльності в сучасних умовах

Історично фінансова система виконувала функцію посередника між фізичними та юридичними особами [24]. «У зв'язку зі зміною загальних економічних формацій і переходу до економіки інновацій, фінансова система більше не відповідає поставленим перед нею завданням, так як вона перестала вирішувати проблеми двох ключових економічних агентів» [25]. На думку багатьох дослідників нові проблеми можуть бути вирішені тільки з використанням інноваційних фінансових інструментів, що виконують посередницьку функцію.

Нова модель фінансування інноваційних проектів саме на ранніх (високоризикованих) стадіях повинна бути здатна:

1. залучати і забезпечувати ефективну участь в інноваційній діяльності необмеженого числа людей по всьому світу;
2. не залежати від місця положення і соціального статусу будь-якого учасника системи;
3. забезпечувати можливість розгляду, експертизи та розвитку необмеженого числа інноваційних проектів, включаючи захист інтелектуальної власності і відносин з інвесторами;

4. мобілізувати необмежену кількість капіталу від різних джерел - краудінвесторів, бізнес-янголів, венчурних капіталістів, інституційних інвесторів і урядових структур;

5. забезпечувати транскордонність фінансових потоків і інтелектуальної власності;

6. забезпечувати інтеграцію незалежних підприємців, спеціалістів з існуючою корпоративною і державною НДДКР (R&D) структурою;

7. забезпечувати баланс інтересів всіх учасників і діяти в глобальних інтересах;

8. бути прозорою і безпечною;

9. бути доступною в режимі 24/7 з будь-якої точки, де є доступ до Інтернету з будь-яким типом підключення;

10. забезпечувати масштабованість, гнучкість, надійність;

11. бути ефективною в розгортанні і недорогою в обслуговуванні.

Один з подібних інструментів, краудфандінг, стане, як вважається, «ультимативним посередником між компаніями і домогосподарствами» [26]. За своєю суттю краудфандінг є інститутом для привнесення певної демократії в світ фінансових операцій.

В середині 2000-х рр. з'явилася теорія краудсорсингу і краудфандінгу, яка узагальнює перші результати. Історія виникнення терміну «краудсорсінг» тісно пов'язана з ім'ям Джеффа Хау, який в червні 2006 р. опублікував статтю «The Rise of Crowdsourcing», де вперше в світі застосував поняття [27]. У статті описаний феномен об'єднання людей для вирішення будь-якої задачі без винагороди або з невеликою нагородою і наслідки розвитку таких об'єднань для компаній, що професійно вирішують аналогічні завдання. Пізніше в 2008 р. вийшла в світ монографія «Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business» [28]. У ній автор ілюструє історичний підхід до розуміння феномену краудсорсингу. Витоками цього явища вважаються спільноти любителів, а його поява пов'язується безпосередньо з розвитком

особливого напрямку інформаційних технологій - відкритого програмного забезпечення. У подальшому теорія краудсорсингу і краудфандінгу була підхоплена представниками управлінського та економічного підходів. Дарен Бребхам розробив практику використання краудсорсингу як інструменту вирішення комунікативних проблем, і доводить можливість застосування практик краудсорсингу в управлінських рішеннях [29].

Визначенням терміну «краудфандінг» займались вчені як вітчизняні, так і закордонні дослідники. Проте до цього часу не існує єдиного підходу до визначення цього явища. Так, Дж. Ахлерс визначає краудфандінг як форму збору коштів фізичною особою або групою осіб шляхом добровільного пожертвування зазвичай (вкрай) малих сум на підтримку певної мети [30]. Група вчених на чолі з А. Орданіні характеризують його як особисту ініціативу, розпочату, для того щоб зібрати гроші для нового проекту, запропонованого кимось, здійснювана засобом невеликих і середніх за розміром інвестицій групи зацікавлених осіб [31]. Б. Рубінтон в роботі [32] зазначає, що краудфандінг – це процес, в якому одна сторона залучає кошти для фінансування проекту, запитуючи і отримуючи невеликі внески від великої кількості зацікавлених людей в обмін на надання певної ціннісної форми цим людям. Д. Гусева та Н. Малихін вважають краудфандінг колективним внеском людей, які використовують свої ресурси для підтримки проектів, ініційованих іншими людьми і організаціями. У сучасному світі цей процес відбувається з використанням інтернету [33]. В. Тегін та Б. Усманов дають наступне визначення: «краудфандінг – це колективне співробітництво, засноване на довірі тих, хто об'єднує свої фінансові чи інші ресурси через Інтернет, щоб підтримати проекти, розпочаті за ініціативою інших людей (організацій)» [34]. Узагальнене визначення в своїй роботі дає Н. Ларіонов. Він визначає краудфандінг як інструмент колективного фінансування конкретних проектів (цілей) (культурних, соціальних, благодійних, комерційних, виробничо-технологічних) за допомогою перерозподілу фінансових ресурсів між широкою

громадськістю і підприємцями, здійснюваного через Інтернет, безоплатно або в обмін на грошові або негрошові винагороди [23].

Цей новаторський фінансовий інструмент походить від краудсорсингу [35]. З точки зору підприємця його суть може бути виражена наступним чином: «відкритий заклик, який здійснюється в основному через Інтернет, з надання фінансових ресурсів у вигляді пожертвувань або в обмін на винагороду та/або право прийняття рішень» [36]. З точки зору інвесторів, цей інструмент можна описати як «спосіб географічно розрізнених людей («натовпу») знайти і інвестувати через Інтернет підприємства, в розвитку яких вони так чи інакше зацікавлені» [37]. Слід відмітити, що більшість краудфандінг-кампаній так чи інакше спрямовані на нові компанії і стартапи [38], тобто на сектор, який в даний момент майже повністю позбавлений банківського та іншого фінансування і асоціюється в першу чергу з високими ризиками [39].

Варто виділити три категорії учасників (суб'єктів) краудфандінгу:

- 1) емітент (інноватор);
- 2) фінансовий портал як кумулятивний посередник (інтернет-платформа);
- 3) інвестори (акціонери, вкладники, благодійники).

Представлені всі три категорії учасників фінансування за допомогою краудфандінга тісно взаємопов'язані між собою і є тим необхідним мінімумом або умовою самого існування даного фінансового інструменту інноваційного розвитку.

Основна мета створення і існування колективного фінансування полягає в потребі залучити фінансові ресурси для реалізації будь-якої ідеї чи проекту. Тому першим і кінцевим учасником краудфандінгового механізму виступає емітент (інноватор). У цьому статусі може бути окрема особа (якій, наприклад, потрібно яка-небудь благодійна допомога), індивідуальний підприємець або невеликих колектив розробників будь-якої інноваційної ідеї, а також юридична особа - представник малого або середнього бізнесу. Як правило, всі ініціатори проектів потребують фінансування на ранніх стадія розвитку свого, часом

незвичайного, бізнесу, або просування новаторського продукту. При цьому можливості залучити традиційні джерела фінансування (банківські кредити, грантову допомогу, венчурний капітал) не можуть в силу цілого комплексу причин (високі ризики, низька платоспроможність, відсутність гарантій і поручителів і т.п.). Посередник, в ролі якого виступають спеціалізовані медіатори крауд-фінансування - це фінансовий портал (інтернет-платформа) яка виконує роль фінансових і інформаційних посередників, тобто вони виконують сполучну функцію між ініціаторами інноваційного проекту та інвесторами. При цьому, крім безпосереднього посередництва між інвесторами та емітентами, на фінансовий портал покладаються ряд важливих функцій:

- 1) фінансова (акумулявання коштів інвесторів і передача їх емітенту в разі успіху проекту; розподіл коштів між інвесторами в разі невдачі проекту);
- 2) юридична (вирішення правових питань та спорів між учасниками процесу);
- 3) маркетингова (підтримка і просування проектів), навчальна (інформаційна допомога учасникам процесу краудфандінгу) (дисертація).

Більшість порталів використовують комісійну модель для своєї монетизації. У разі, якщо краудінвестінгова кампанія завершується успіхом, вони отримують заздалегідь узгоджений відсоток від угоди. Зазвичай розмір цієї комісії не перевищує 10% від зібраної суми. У залежності від умов платформи, її винагороду виплачує компанія-емітент, інвестори або вона ділиться між обома учасниками процесу. Якщо платформа оперує як фіктивний інвестор, то до разової комісії додається постійна плата за адміністративні послуги. Так як в найближчі кілька років передбачається, що виходів з проінвестованих стартапів буде мало, саме завдяки цій постійній платі, бізнес-модель подібних платформ здається більш стабільною.

До основних задач організації розвитку спеціалізованих платформ в Україні слід віднести:

1) пошук і робота з інвесторами - обмежена кількість венчурних інвесторів на ринку, для яких треба знайти об'єктивні стимули залучення до платформи у вигляді якісних проектів та інших інвесторів та інших стимулів, а також ефективних способів роботи професійних інвесторів з непрофесійними інвесторами, в частині управління очікуваннями останніх і рівнем відповідальності перед ними;

2) пошук і відбір інноваційних проектів - необхідно мати стійкі стосунки з усією екосистемою ринку венчурних проектів (акселератори, інкубатори, фонди, технопарки, університети, інститути розвитку), щоб залучати великий потік якісних проектів, а також ефективну систему відсіву та відбору проектів;

3) інформаційне забезпечення учасників інвестиційної діяльності. Систематизація і аналіз інноваційної діяльності. Створення баз даних інвесторів і проектів з можливістю статистичного аналізу ринкових переваг;

4) інші питання: організація документообігу та взаємних розрахунків між учасниками, в тому числі верифікація сторін в контракті і погодження умов, вимагає часу, а підписання договорів в електронній формі через Інтернет поки неможливо - в результаті паперовий документооборот і організація взаємних розрахунків по операціях можуть бути витратними при великій кількості інвесторів.

Особливу роль в процесі фінансування інновацій через інститут краудфандінгу відіграють саме інвестори, яких з точки зору саме інвестиційно-інноваційного розвитку можна розділити на 2 типи:

1) традиційні інвестори венчурного ринку. До них відносяться бізнес-янгели, венчурні фонди, акселератори (найбільш поширені як форма підтримки ІТ-стартапів: проектів в області сучасних технологій і комунікацій), F&F (friends&family - друзі, члени сім'ї, родичі та знайомі, тобто. непрофесійні інвестори, що дають фінансові кошти на ранню стадію проектів через довіру або виходячи з потенційної прибутковості, або в благодійних цілях);

2) нові групи інвесторів. До них відносяться інвестори в ризикові інструменти фондового та валютного ринку (інвестиційні брокери, пайові інвестиційні фонди), а також непрофесійні інвестори.

Загальна схема взаємодії учасників краудфандінгу в інноваційній екосистемі представлена на рис. 2.1.

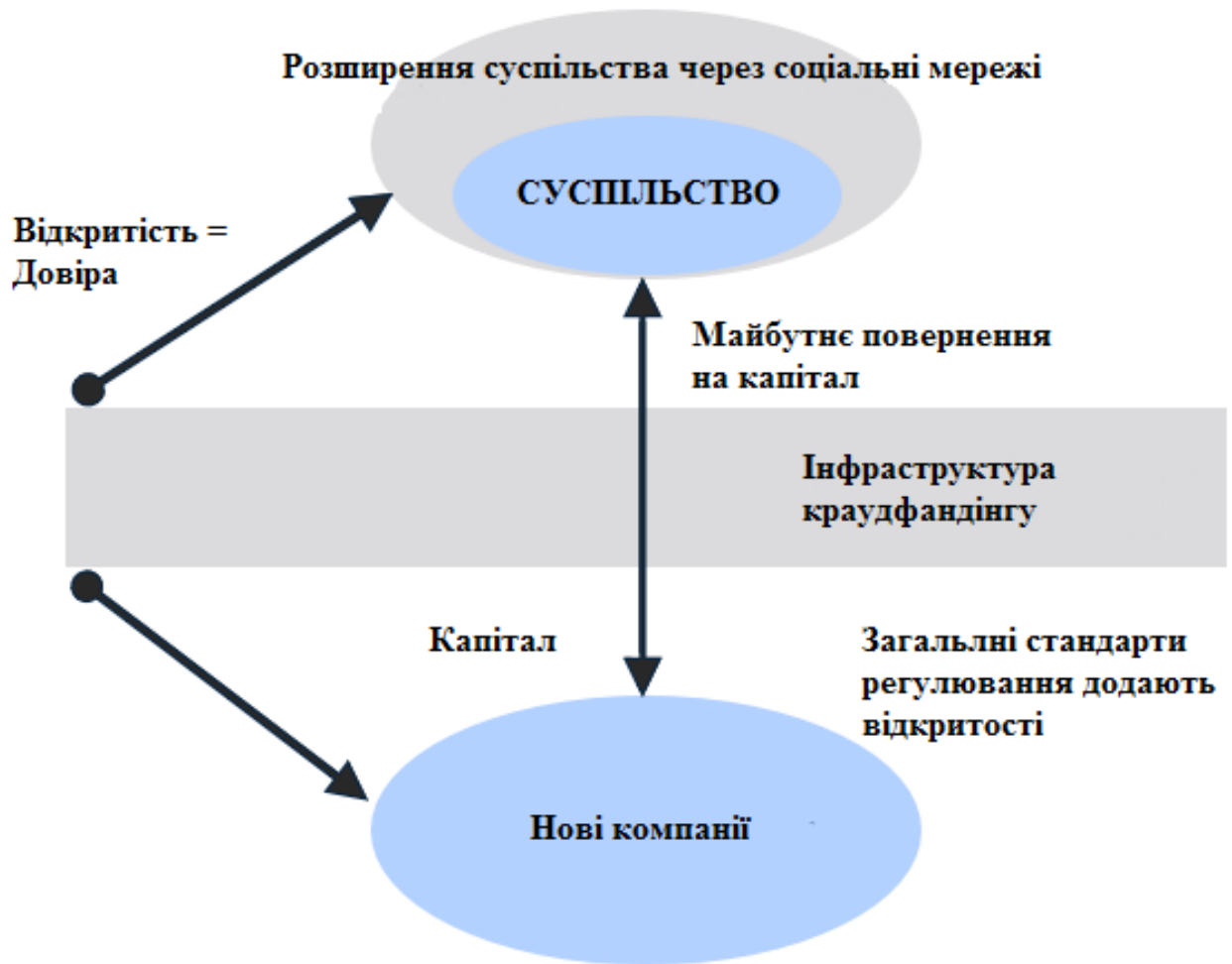


Рис. 2.1. Учасники краудфандінгу та система їх взаємодії

Джерело: [23]

На основі аналізу діяльності існуючих в світі краудфандінгових платформ можна виділити кілька типів краудфандінга. Краудфандінгові платформи можуть відноситися до однієї з двох великих моделей: негрошової (non-financialcrowdfunding) і грошової (financialcrowdfunding), або поєднувати в собі характеристики обох. У першій, спонсор не отримує грошовий дохід від своїх

інвестицій. Друга повністю націлена на отримання фінансової вигоди. У середині кожної моделі можна виділити декілька типів. До негрошової моделі відносяться такі типи: благодійний краудфандінг (на основі пожертвувань) і класичний краудфандінг (на основі нагородження, благ).

У благодійному (безкорисливому) краудфандінгу (donation-based crowdfunding) спонсорство не припускає отримання грошової або негрошової нагороди. Основним спонукальним чинником для спонсорів в цьому типі краудфандінгу є можливість взяти участь в розробці і реалізації проекту, яка має моральну цінність для спонсора. Цей тип передбачає відсутність будь-якої нагороди за спонсорство. Найчастіше до нього вдаються благодійні та соціально-значущі проекти.

Класичний (бонусний) краудфандінг (reward-based crowdfunding) передбачає, що підприємець за рахунок виручених від попереднього продажу продукту або послуги грошей організовує власний бізнес без залучення додаткового акціонерного або позикового капіталу. Подібний тип краудфандінгу вкрай широко поширений. Він знайшов застосування в областях кіновиробництва, розробки вільного програмного забезпечення, досліджень і наукових відкриттів, а також цивільних і соціальних проектів. Відмінною особливістю даного типу краудфандінгу є те, що в обмін на свою допомогу спонсор отримує матеріальну або нематеріальну нагороду. Прикладом може служити згадка імені спонсора в титрах фільму, брендований мерчандайзинг, можливість зустрітися з авторами проекту або відвідати спеціальні заходи пов'язані з запуском проекту. Зазвичай набір нагород варіюється від проекту до проекту, а їх розмір залежить від суми внесених спонсором коштів. Дуже часто в цьому типі краудфандінгу в формі нагородження виступають продукти або послуги, які будуть проведені в результаті проведення кампанії. У цьому випадку має сенс ідентифікувати їх як попередній продаж. Однак, поряд з цими нагородами в компанії можуть бути присутніми і нематеріальні нагороди з

перерахованих вище. Саме тому попередній продаж не виокремлюється в окремий підтип.

До фінансової моделі віднесені: акціонерний краудфандінг (краудінвестінг) і кредитний краудфандінг (краудлендінг або p2p-кредитування).

Акціонерний краудфандінг або краудінвестінг (equity-based crowdfunding) заснований на тому, що спонсор отримує частку в бізнесі компанії, що зазвичай перебувають на самій ранній стадії розвитку. Краудінвестінг дає спонсорам можливість інвестувати невеликі суми в непублічні компанії. Успіх кампанії акціонерного краудфандінгу часто пов'язують з тим, чи вийшло у авторів довести життєздатність ідеї свого бізнесу. Краудінвестінг будується на класичній схемі участі в акціонерному капіталі компанії. В обмін на свої гроші індивідуальні інвестори отримують цінні папери компанії. Виділяються два підвиди краудінвестінгу:

1) інвестиції в цінні папери компанії. У цьому підвиді інвестори купують в свою власність частину компанії-емітента;

2) участь у виручці або прибутку компанії. Залежно від обсягу інвестицій встановлюється частина прибутку, яку отримають інвестори компанії-емітента.

У більшості випадків, в краудінвестінгу вкладення мають пасивний характер, тобто інвестори не отримують прав на активну участь в житті компанії. Іншими словами, хоча у інвесторів і з'являється частка в акціонерному капіталі або прибутку компанії-емітента, вони не можуть вплинути на прийняті в компанії управлінські рішення.

Кредитний (борговий) краудфандінг або краудлендінг (lending-based crowdfunding) передбачає існування між спонсором і автором проекту грошових відносин, близьких за формою до банківського кредиту. При цьому автор проекту займає у спонсорів гроші і виплачує їх з відсотками. Відповідно, краудлендінг має подібності з типовими кредитними продуктами банків, однак позикодавцями не є великі фінансові організації, а розрізнені групи фізичних осіб. Виділяють наступні підвиди краудлендінгу:

1) традиційний договір позики - використані стандартні умови договору позики або кредиту, виплати відбуваються з певною відсотковою ставкою. У цьому випадку виплати по позиці можуть як бути, так і не бути гарантовані;

2) простимий займ - виплати за позикою здійснюються лише в тому випадку, якщо компанія-позичальник починає генерувати прибуток; компанія-позичальник отримує першу виручку.

Також можна виділити два підтипи, які зустрічаються в обох моделях: «Все або нічого» і «Залишити все зібране». Перший підтип характеризують фіксованою сумою збору коштів, тобто автор отримує гроші тільки при досягненні 100% від запитуваної величини. Другий підтип характеризується плаваючою сумою збору, тобто автор може отримати гроші, не досягнувши необхідного порогу в 100% від запитуваної величини.

Зростання обсягів краудлендінгу в основному пов'язано з мікропозиками і кредитуванням малого та середнього бізнесу. Відзначається і значне зростання - на 232% - класичного краудфандінгу (reward-based crowdfunding).

За оцінками Світового банку інвестиції через модель краудфандінгу до 2025 року складуть близько 96 млрд. дол., що майже вдвічі більше, ніж світовий ринок венчурного фінансування в 2012 році, і в 30 разів більше, ніж весь ринок краудфандінгу в 2012 році (2,7 млрд.дол.). Половина ринку краудфандінгу виявиться в Китаї: 46-50 млрд. дол.

Узагальнений вигляд різних типів краудфандінгу з виділенням основних ознак та наведенням прикладів краудфандінгових платформ представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Особливості різних типів краудфандінгу

Тип фінансування	Тип краудфандінгу	Форма вкладу в проект	Форма повернення	Мотивація інвестора	Приклади платформ
Негрошова	Благодійний	пожертвування	нематеріальні блага	особиста (прихильність до компанії) або соціальна	GoFundMe (http://www.gofundme.com)
	Класичний		матеріальні та нематеріальні блага (нагороди)	Комбінація особистої та соціальної мотивації	Kickstarter (https://www.kickstarter.com/) Indiegogo (https://www.indiegogo.com)
Грошова	Акціонерний	інвестиції	Дохід на вкладений капітал (інвестиції),	Комбінація особистої чи соціальної фінансової	Seedrs (http://www.seedrs.com) Crowdcube (http://www.crowdcube.com)
	Кредитний	Кредит	Виплата кредиту з відсотками. Для деяких (в	Комбінація особистої чи соціальної фінансової	Lending Club (https://www.lendingclub.com) Prosper.com (https://prosper.com)

Джерело: [23]

У структурі світового ринку краудфандінгу найбільше зростання відзначено в США і Європі, незважаючи на все більшу залученість і поширення даного інструменту в інших країнах:

- американський ринок краудфандінгу виріс на 105% до 1,6 млрд. дол;
- обсяги європейського ринку зросли на 65% до 945 млн. дол .;
- інші ринки виросли в середньому на 125% [40].

Таким чином європейський і північноамериканський ринки займають 95% світового ринку краудфандінгу.

Сфера поширення краудфандінгу досить різноманітна, але все ж дозволяє виділити пріоритетні напрямки використання в даний час як у світі, так і в Україні. На першому місці соціальна сфера (27,4%), також висока частка бізнесу і приватного підприємства (16,9%), з метою виробництва і просування фільмів і кіноіндустрії використовується 11,9%, музика і звукопис - 7,5%, в

області енергетики і навколишнього середовища - 5,9%, мода - 5,5%, мистецтво в цілому - 4,8%, інформаційні та комунікаційні технології - 4,8%, журналістика, книги, фото видавництво - 3.5%, наука і техніка - 3.2%. Сумарно на проекти в галузі науки і техніки, а також інформаційні технології (а саме ці напрямки сприяють інноваційному розвитку) приходить близько 8% всіх проектів в системі краудфандінгу, тобто поки на 4 місці (додаток 16 дисертація).

Краудфандінг зарекомендував себе інструментом для фінансування і стимулювання інновацій. Хоча він все ще залишається феноменом декількох розвинених країн, країни що розвиваються можуть швидко взяти його на озброєння. Фундамент для розвитку краудфандінгу вже створено - більше 80% інтернет-користувачів регулярно спілкуються в соціальних мережах, і їх легко проінформувати про цікавий бізнес-проект. Це величезна потенційна база, навіть з урахуванням того, що 65% населення світу - 4,6 млрд. чоловік - все ще не мають доступу до інтернету. Дати імпульс для розвитку колективного фінансування бізнесів може уряд, прийнявши закони, які будуть регулювати краудфандінг в якості окремого виду діяльності, щоб позбавити дрібні бізнеси від юридичних складнощів з оподаткуванням.

2.2. Аналіз ефективності фінансування інноваційних проектів з використанням краудфандінгу

Найбільш відомою краудфандінговою платформою в світі є платформа Kickstarter (США). Платформа була створена в 2009 році і працює за принципом «Все або нічого». Як форму для винагороди використовується не фінансова винагорода, а як проекти можна розміщувати тільки комерційні проекти з будь-якої сфери діяльності. Всі проекти перед розміщенням проходять попередню експертизу. Цим пояснюється високий показник вдалого збору коштів для

фінансування ІІ — 45% від загальної кількості розміщених проектів. Термін розміщення проекту на платформі до 60 днів. Вдалі проекти встигають за цей проміжок зібрати кілька мільйонів, а іноді, і десятків мільйонів доларів [41].

Найбільшим попитом користуються ідеї, що пов'язані з технічними винаходами, софтом, музикою чи відео. Власник проекту зобов'язаний указати термін та мінімальну суму коштів, яку необхідно зібрати за допомогою краудфандинг-майданчику. Він повинен розмістити опис стартапу за однією з категорій платформи: мистецтво, ремесло (рукоділля), танець, дизайн, мода, кіно і відео, продукти харчування, журналістика, ігри, музика, фотографія, видавництво, технологія, театр. Якщо за вказаний термін необхідна мінімальна сума не була зібрана, гроші повертаються донорам. Kickstarter отримує 5% усіх залучених коштів. Цю платформу часто критикують, звинувачуючи її в надмірній комерціалізації та специфіці відбору проектів [42].

Водночас окремі користувачі розглядають цю краудфандингову платформу не як соціальний проект, а як магазин попереднього продажу продуктів. Найбільш відомими проектами Kickstarter стали смарт-годинники Pebble, консоль OUYA, 3D-принтер FORM 1, окуляри Oculus Rift тощо. Їм удалося мобілізувати 10,3 млн. дол., 8,6 млн. дол., 2,9 млн. дол., 2,4 млн. дол. відповідно. Проте українців на Kickstarter мало. Основними перешкодами для цього є мовний бар'єр та проблеми з виведенням коштів [42].

Найбільшими українськими стартапами, які були профінансовані за допомогою Kickstarter, стали LaMetric (зібрано 369 тис. дол.), Petcube (251 тис. дол.), iBlazr (156 тис. дол.). LaMetric – універсальний годинник, розроблений львівською командою, який показує температуру, погоду, новини з бірж тощо. iBlazr – світодіодний спалах для смартфонів та планшетів, який вільно синхронізується з iPhone, iPad та Android. Не менш успішним серед українських проектів став стартап Petcube, який призначений для дистанційного спілкування з домашніми тваринами. Його засновниками стали А. Нескін, А. Клен та Я. Ажнюк. На Kickstarter проект Petcube з'явився в 2013 р. За словами Я. Ажнюка,

підготовка інноваційного проекту зайняла майже 14 місяців. За короткий термін часу проекту вдалося акумулювати 3,8 млн. дол. інвестицій. Нині компанія має офіси в Києві, Сан-Франциско, Шеньчжені, а їх вироби реалізуються найбільшими торговельними мережами BestBuy, Amazon, Petco. Станом на початок лютого 2017 р. Petcube представив два успішні проекти на Kickstarter. В одному випадку засновники зібрали 251 225 дол. (було заплановано 100 тис. дол.) від 1 758 інвесторів, у другому – 319 193 дол. (ціль – 200 тис. дол.) від 2 229 інвесторів. Значна кількість донорів дала змогу стартапу отримати ангельські інвестиції та потрапити до китайського акселератора Haxlr8r. У березні 2015 р. Petcube отримав 1 млн. 100 тис. дол. інвестицій від Almaz Capital і AVentures Capital. Про вагомість такого інноваційного проекту свідчить і той факт, що його розробники потрапили до списку 100 людей – творців змін в Європі [42].

Нині відомі ще щонайменше три інноваційні проекти, запропоновані українцями, які отримали визнання на Kickstarter: Jollylook, Senstone, RollSpin [42, 43]. У двох із них – Jollylook, Senstone – термін завершення кампанії на Kickstarter припадає на 3 березня та 18 березня 2017 р. відповідно. Jollylook – фотокамера для миттєвих знімків, виготовлена з переробленого паперу та картону. Проектна група із Запоріжжя поставила за мету зібрати 15 тис. дол., тоді як лише за одну добу отримала 90 тис. дол. Станом на 23 лютого 2017 р. уже вдалося мобілізувати 331 866 дол. від 5 445 інвесторів [42].

Senstone – технологічний приклад, який схожий на чорний кулон, що дає змогу перетворювати голосові сигнали у текст. Львівський проект уже зібрав 154 722 дол. від 1 481 інвестора, хоча початково планувалося отримати лише 50 тис. дол. RollSpin – одеський стартап, що пропонує антистресову дзигу. Цей проект зібрав близько 17 тис. дол. від 320 донорів[42].

Зазначимо, що всі перераховані проекти належать до категорії Product Design, які особливо користуються попитом на Kickstarter. Водночас низка

специфічних вимог цієї краудфандингової платформи може створити перешкоди для реалізації українських стартапів [42]:

- 1) наявність рахунку на Amazon Payments;
- 2) представництво в команді представника зі США або однієї з країн, де офіційно запущений Kickstarter.

Ще однією світовою краудфандинговою платформою, з якою співпрацюють українці, є Indiegogo [44]. На цій платформі немає обмежень щодо типу проекту та географічної локації компанії. Найбільш успішними напрямками на такій платформі є проекти, які покращують побут та навколишнє екосередовище.

Перевагою цього краудфандингового майданчика є гнучке фінансування, коли реципієнт отримує зібрану суму навіть за умови, коли запланована мінімальна сума не була отримана. Крім того, на Indiegogo нещодавно з'явилася опція «безкінечний краудфандинг», коли не вказується крайній термін завершення кампанії. Найбільш успішними проектами Indiegogo стали смартфон Ubuntu Edge (понад 13 млн. дол), вулик Flow Hive (11,32 млн. дол.), розумний шолом Skully (2,8 млн. дол.), сімейний робот Jibo (2,3 млн. дол.) [42].

У такий спосіб українці мають можливість представляти власні стартапи на іноземних майданчиках та долучатися до фінансування чужих проектів. Так, лише протягом 2014 р. понад 1 тис. осіб з України профінансувала 259 тис. дол. Таким чином, можемо стверджувати, що проблема довіри та мотивації є ключовими у розвитку краудфандингових платформ в Україні [42].

Загалом на території України краудфандинг є достатньо новим феноменом. Проте останнім часом з'явилося кілька власних вітчизняних краудфандинг-майданчиків. Їх поява стала можливою через відродження традицій меценатства, поступову відмову від пострадянських звичок патерналізму, надмірної споживацької поведінки та пасивної громадянської позиції тощо [42, 45]. Одним із найбільш успішних майданчиків краудфандингу в Україні є biggggidea.com [42, 46]. Він був створений у 2009 р. для обміну

ідеями між соціально активними людьми, тому й отримав назву Big Idea. У 2012 р. Big Idea запустив краудфандингову платформу «Спільнокошт», яка стала першим майданчиком колективного фінансування в Україні. На думку засновників платформи, вона спрямована на реалізацію проектів, які здатні забезпечити системні зміни в суспільстві та сприяти економічному зростанню національної економіки. У такий спосіб через такі платформи люди здатні фінансувати суспільні зміни. На платформі розміщують проекти у сфері охорони здоров'я, освіти, літератури, спорту, музики, науки, професійних подорожей та журналістики. Люди переважно фінансують проведення фестивалів, громадське телебачення, радіо, документальні та медичні проекти, міські інновації. Найбільший успіх тут мають проекти соціального підприємництва, які формують соціальний капітал суспільства та дають змогу отримати дохід його розробникам. Зрозуміло, що тут обсяг коштів можна акумулювати значно менший порівняно із зарубіжними платформами, проте можна оцінити попит на інноваційний продукт [42].

Завдяки «Спільнокошту» фінансування отримали стартапи Hromadske.tv та Громадське радіо. Український краудфандинг має переважно соціально-культурну спрямованість. Люди часто фінансують проекти, які змінюють культурне середовище. За словами експертів «Майстерні «Спільнокошту» Д. Бортнікова та О. Логвиновської, на створення «Спільнокошту» було зібрано 30 тис. грн. [42, 47]. Станом на початок лютого 2017 р. у проекти цієї краудфандингової платформи українці вклали понад 10 млн. грн., до справи долучилися понад 21 тис. людей, профінансовано 157 проектів.

Серед одних із найбільш цікавих проектів «Спільнокошту» можна назвати театральний фестиваль «Документ», Громадське радіо, Babylon'13, проект «Квиток до успіху: взаємна допомога». Основні вектори фінансування – мистецькі некомерційні проекти, освіта, творча співпраця [42].

Проект театрального фестивалю «Документ» – некомерційний проект, який відбувся 27 жовтня – 6 листопада 2013 р. у Києві, Львові, Одесі, Херсоні,

Харкові. Зібрані за допомогою краудфандингу 12 343 грн. дали змогу здійснити постановки вистав та взяти участь режисерам та їх робочим командам у воркшопах, семінарах, зустрічах тощо. Громадське радіо – єдине в Україні, на думку організаторів, незалежне радіо, яке не належить владі, політикам чи бізнесменам. За зібрані кошти на краудфандинговій платформі їм удалося відремонтувати й запустити дві студії та заплатити річну орендну плату. Нині Громадське радіо робить спробу повторно зібрати кошти на краудфандинговій платформі для цілодобової ротації. Babylon'13 – спільнота кінорежисерів, які об'єдналися для фільмування революційних подій в Україні. До 1 січня 2014 р. на «Спільнокошті» вони отримали 31 650 грн. замість запланованих 25 тис. грн [42].

Соціальний проект «Квиток до успіху» призначений для розвитку лідерських і підприємницьких навиків у дітей-підлітків Львова й Львівської області, які виховуються у складних матеріальних умовах. Ідея виникла в громадської організації «Клуб ділових людей». Цей проект передбачав проведення чотирьох тренінгів, кількох зустрічей щодо управління проектами. На «Спільнокошті» була запущена кампанія проекту «Суспільна платформа Печерська», спрямована на налагодження взаємозв'язків між жителями Печерська, а саме націлена об'єднати активістів, підприємців та творчих товариств [42].

У лютому 2014 року почала свою роботу ще одна українська краудфандінгова платформа Na(Starte. Вона призначена для збору коштів на проекти сфері наукових досліджень, спорту, мистецтва. Працює за принципом "Все або нічого", проекти повинні бути результатом особистої праці автора і як форма винагороди використовується не фінансова винагорода. На користь самої платформи "На старті" із загальної суми відраховується 8% плюс податки [41].

Українська краудфандінгова платформа GoFndEd для освітніх проектів була створена у 2016 році, де усі бажаючі вчителі мають можливість опублікувати свій проєкт і обираються ті проекти, які заслуговують довіру. По

завершенні проекту, автори надсилають фінансовий та змістовий звіт ІП. Якщо проект не зібрав необхідної суми, то кошти повертаються доброчинцям або цими коштами можна підтримати інший проект [41]. Обсяги фінансування ринку краудфандінгу та вклади бізнес-янголів в інноваційні проекти зображено на рис. 2.2 та 2.3.

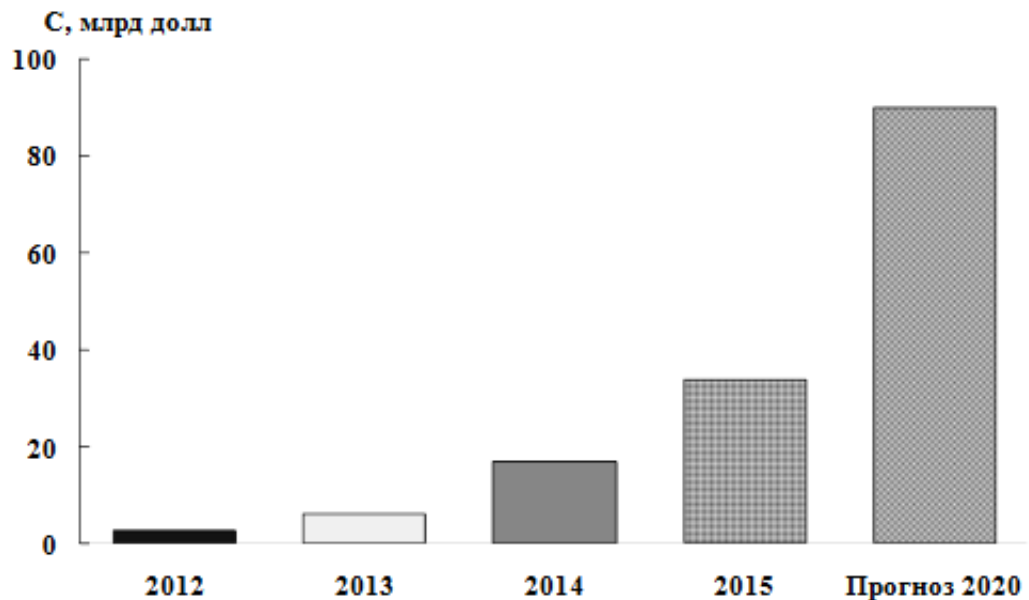


Рис. 2.2. Динаміка зростання ринку краудфандінгу

Джерело: [41]

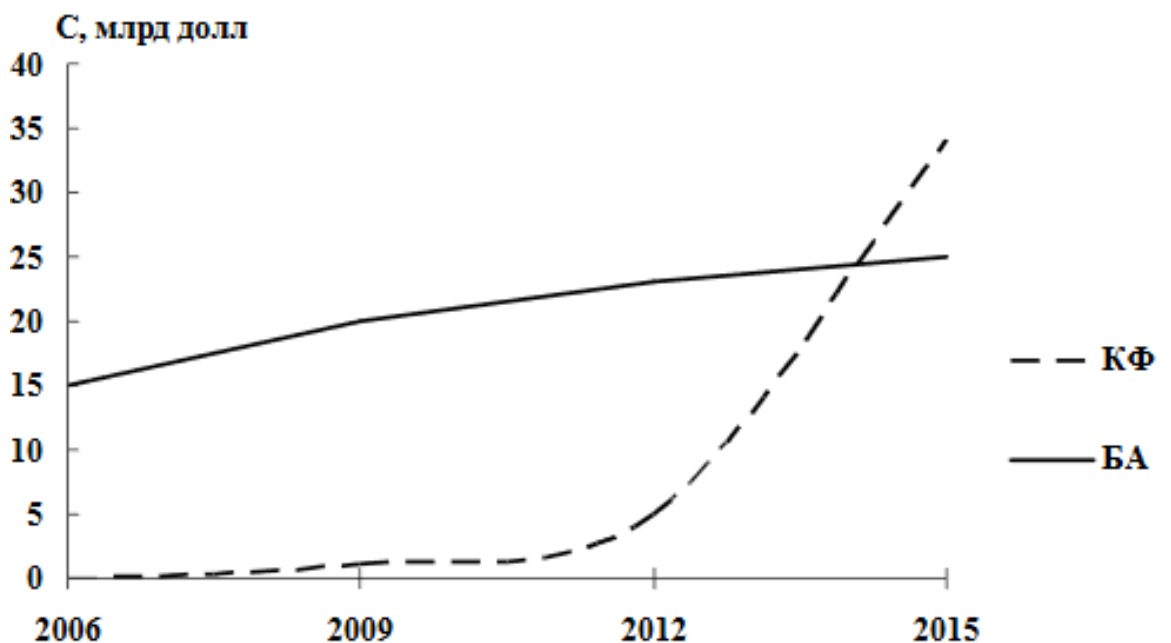


Рис. 2.3. Фінансування інноваційних проектів за рахунок краудфандінгу та бізнес-янголів

Джерело: [41]

Прикладом краудфандінгової платформи США, яка орієнтована тільки на певний тип проектів, є платформа RocketHub. Така платформа орієнтована на ІП у галузі мистецтв. Як модель фінансування використовується модель "Залиш все собі".

Одна з найбільш відомих краудфандінгових майданчиків Європи — Boomerang (Данія). Майданчик заснований у 2009 році і орієнтований на проекти соціального спрямування. Для фінансування використовується схема «Залиш все собі». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

Ще однією відомою Європейською краудфандінговою платформою є майданчик Betterplace (Німеччина). Майданчик орієнтований на соціальні проекти. Для розміщення приймаються будь-які ІП. Як форма винагороди використовується схема без винагороди [41].

Однією з найбільших краудфандінгових платформ в Азії є Тайванська Flying V. Ця платформа є азіатським аналогом платформи Kickstarter. Для розміщення приймаються будь-які ІП. Схема фінансування «Все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

Найбільшою китайською краудфандінговою платформою є платформа DemoHour, яка була запущена в 2011 році. Для розміщення приймаються будь-які інноваційні проекти. Схема фінансування - «Все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

Найуспішнішою краудфандінговою платформою Росії є платформа Boomstarter, яка є російським аналогом майданчика Kickstarter. Для розміщення приймаються будь-які інноваційні проекти. Схема фінансування - «Все або нічого». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

Не менш відомою російською краудфандінговою платформою є майданчик Planeta.ru, яка була створена в 2012 році. Для розміщення приймаються будь-які інноваційні проекти. Використовується схема фінансування «Залиш все собі». Як форма винагороди краудінвесторів використовується схема нефінансової винагороди [41].

2.3. Дослідження передумов створення краудфандінгової онлайн-платформи на базі наукового парку «Київська політехніка»

В Україні останніми роками на всіх рівнях неупинно говорять про необхідність розвитку держави в інноваційному напрямку. Були прийняті необхідні закони, затверджені програми, створені центри трансферу технологій та бізнес-інкубатори, регулярно проводяться тренінги та круглі столи, конкурси інноваційних ідей. Завдяки всім цим зусиллям справа зрушила з мертвої точки, але реального інноваційного прориву не відбулося.

Незважаючи на те, що термін «стартап» вже увійшов в наше життя, мало хто може пояснити його значення. Справа в тому, що стартап - це не новий бізнес, як дехто думає. Стартап - це творча робота з новою ідеєю, це пошук бізнес-моделі для інноваційної ідеї, якої раніше не було, і яка в майбутньому зможе приносити певні доходи. А стартап-середовище - це креативне середовище, в якій винахідники, навчаючись і спілкуючись, втілюють свої ідеї та розробки [47].

Науковий парк «Київська політехніка» створений на базі Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» відповідно Закону України №523- V від 22.12.06 «Про Науковий парк «Київська політехніка» з метою організації масової інноваційної діяльності, спрямованої на інтенсифікацію процесів розроблення, виробництва

та впровадження високотехнологічної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках, підвищення надходжень до державного та місцевих бюджетів, прискорення інноваційного розвитку економіки України [48].

Створення Наукового парку є загальнонаціональним проектом, унікальність якого полягає в тому, що він реалізується без будь-яких пільг і за умов відповідної державної політичної підтримки має здійснити прорив у інноваційному середовищі України на рівні кращих закордонних аналогів [48].

До складу Наукового парку входять підрозділи КПП ім.Ігоря Сікорського, наукові, виробничі, навчальні організації, технопарк «Київська політехніка», бізнес-інкубатор «Київська політехніка», що працюють у галузі високих технологій, а також консалтингові, юридичні, фінансові та інші суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють кадрове, правове, інвестиційне забезпечення і супровід інноваційної діяльності [48].

Базовим елементом наукового парку є, власне, університет, його наукові і навчальні підрозділи, які створюють нові знання, які готують кадри – вирішують кадрове забезпечення. Є невеличкий орган управління, який здійснює координуючі функції. Органічно до складу Наукового парку входить Інноваційний бізнес-інкубатор, основним завданням якого є «виращування» малих підприємств під ті наукові розробки, які створені науковцями нашого університету, їх супровід. А далі, через 3-4 роки, набувши досвіду та фінансово зміцнівши, ці підприємства зможуть працювати самостійно. Організаційно за цією структурою було закріплено ще функції оформлення прав інтелектуальної власності на продукцію та розробки [48].

До складу наукового парку входить також технопарк «Київська політехніка» – інноваційна структура, створена свого часу згідно з відповідним Законом України. Ця структура при входженні до наукового парку абсолютно нічого не втрачає, вона набуває лише функцій координації своєї діяльності в нашому інноваційному середовищі. Далі – компанії, які працюють з університетом, з Центром високих технологій. На сьогодні партнерами є 15

компаній, з якими підписані відповідні угоди і які увійшли до нашого середовища [48].

У середовищі Науковий парк ефективно поєднуються інтереси всіх учасників. Науковці університету створили ноу-хау, захистили його через Інноваційний бізнес-інкубатор, передали в компанію. Це ноу-хау сприяє тому, що компанії виробляють нову продукцію, яка через бізнес виходить на зовнішній чи внутрішній ринок. Що потрібно науковцям університету? Оплата через роялті їх інтелектуальної власності за створену продукцію. Все. І вони працюють далі над створенням нового ноу-хау. Що треба компаніям – конкурентоспроможна продукція. Вона з'явилась завдяки ноу-хау, яке прийшло з університету чи наукової установи [48]. Фінансування, фінансова підтримка цих проектів також передбачається. І звісно, фінансові компанії не можуть бути в цьому середовищі, якщо спільна діяльність не вигідна для них.

До складових інноваційної екосистеми входять [47]:

- Стартап Школа «Sikorsky Challenge». Тут здобуваються теоретичні знання та практичні навички у сфері створення інноваційних технологічних стартапів.

- Фестиваль інноваційних проектів «Sikorsky Challenge». Це другий крок - успішна презентація інвесторам. На Фестивалі учасники представляють свої інноваційні проекти перед венчурними та інвестиційними фондами. Випускники Стартап Школи мають більше шансів на залучення в свої проекти інвестицій, так як вони вже початково розробляються під інвесторів на останніх стадіях навчання в Стартап школі «Sikorsky Challenge».

- Бізнес інкубатор «Sikorsky Challenge». Це третій крок - створення компанії. Бізнес інкубатор створений з метою заохочення і впливу на розвиток інноваційної діяльності та підприємницької активності в університеті КПІ ім. І. Сікорського, а також для залучення інвестицій для реалізації стартап-проектів і запуску успішних стартап-компаній.

Структура наукового парку «Київська політехніка» наведена на рис. 2.4.

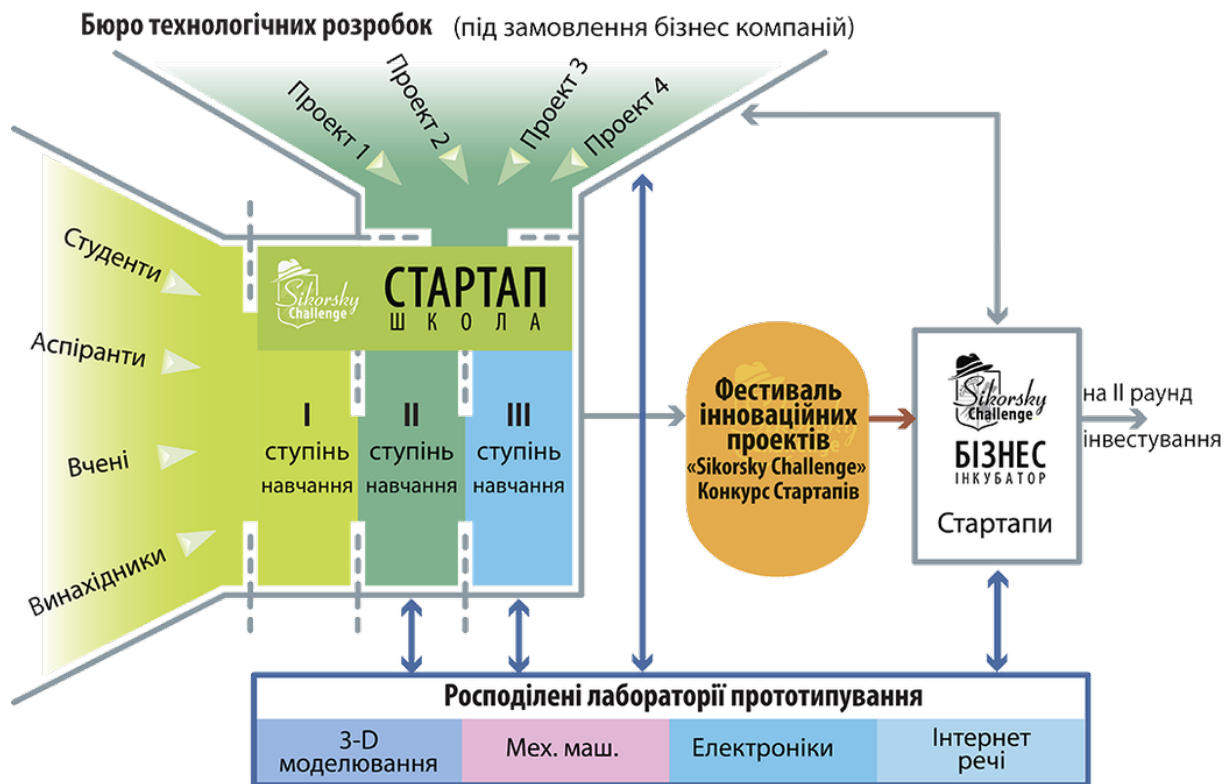


Рис. 2.4. Структура наукового парку «Київська політехніка»

Джерело: [47]

Метою існування наукового парку є запуск та підтримка великої кількості успішних стартапів. Для досягнення цієї мети перед науковим парком було поставлено наступні завдання [47]:

1. залучення та відбір креативних людей, що бажають займатися інноваційним підприємництвом, з числа винахідників, науковців, аспірантів та студентів КПП, інших університетів, науково-дослідних інститутів, а також представників бізнесу;
2. навчання відібраних учасників інноваційного підприємництва;
3. створення мотивації для формування своїх технологічних-ідей, вирощування бізнес-ідей;
4. надання допомоги учасникам у розробці проектів і в створенні прототипів бізнес-продуктів;
5. пошук інвесторів/бізнес-янголів для інвестування в перспективні проекти (перший і другий раунд інвестицій);

6. відбір кращих стартап-проектів за участю тренерів, експертів фондів, інвесторів, бізнес-ангелів;

7. участь в організації та проведенні конкурсу інноваційних бізнес-проектів Фестивалю «Sikorsky Challenge»;

8. допомога авторам ідей в «заточенні» їх стартап-проектів під зацікавлених інвесторів;

9. участь у відкритті та запуску стартап-компаній .

За 10 років функціонування такої моделі за кошти бізнесу створено і виведено на ринки України та інших країн світу понад 100 високотехнологічних продуктів і технологій із значним соціальним та економічним ефектом [49].

Серед прикладів впроваджених розробок – завод з очищення шахтних вод у місті Алчевську, перший український університетський наносупутник PolyTap-1, виведений на космічну орбіту 19 червня 2014 р., що вже понад два роки щодня передає нам важливу інформацію про роботу своїх функціональних інженерно-технічних систем [50].

Спрямованість на потреби сучасного бізнесу і національної безпеки України забезпечила залучення до виконання інноваційних проектів значних приватних інвестицій, які впродовж останніх п'яти років щорічно виділяються інноваційно-орієнтованими компаніями. Значна частка нових проектів мають подвійне чи військове застосування. Швидке зростання кількості зазначених проектів і необхідність отримання кінцевих результатів у вигляді продукції, висока якість якої забезпечується адекватним конструкторсько-технологічним супроводом виробництва, зумовили необхідність тісної взаємодії інноваційного середовища Київської політехніки із сучасними високотехнологічними підприємствами [50].

Проекти в Науковому парку реалізуються у вигляді окремих контрактів на виконання робіт, замовлення послуг або створення продуктів із комерційними підприємствами, як великими та відомими (наприклад, КБ «Південне», ВО

«Південмаш»)), так і малими та середніми, які звертаються стосовно реалізації виробничих завдань.

Конкурс стартапів, що проходить в рамках щорічного Фестивалю інноваційних проектів, є саме тим місцем і часом, коли може вирішитися бізнес-доля будь-якого стартапу. Це майданчик, де зустрічаються стартап-ідеї/проекти /команди з потенційними інвесторами, де укладаються попередні договори про намір інвестувати, розвивати і виводити на ринок стартап-продукти.

Перший Фестиваль «Sikorsky Challenge» проходив у 2012 році. В результаті проведених п'яти конкурсів інвестиційну та/або грантову підтримку отримали понад 80 проектів. При цьому, з моменту відкриття Стартап Школи процес виведення бізнес-продуктів і комерціалізації наукових розробок став значно ефективніший (рис. 2.5). У 2017 році було реалізовано 450 проектів за участю 90 компаній.

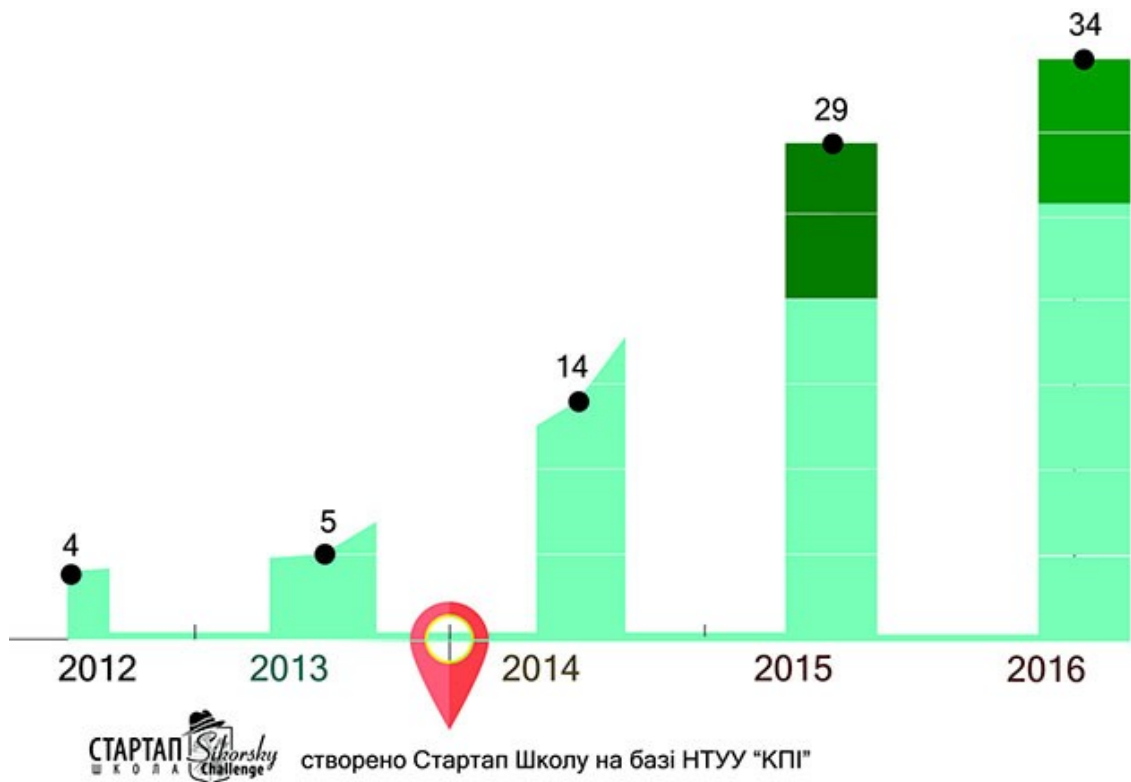


Рис. 2.5. Кількість профінансованих проектів в екосистемі наукового парку «Київська політехніка»

Джерело: [51]

Незважаючи на обнадійливі результати, варто відмітити що лише невелика кількість проектів може зацікавити інвестора. Зростання кількості профінансованих проектів пояснюється підвищенням популярності фестивалю як такого. Проте варто відмітити, що інвестори зацікавлені у фінансуванні масових стартапів, в той час як значна кількість менших проектів залишається поза їх увагою. Зараз переважає частка замовлень під конкретні потреби замовників, оскільки, якщо брати до уваги суму витрат, потрібних на створення розробки для замовника відповідно до його потреб і на виведення продукту з розробки на ринок, то вони суттєво відрізняються. Більшість замовників від бізнесу мають дуже високі вимоги, тому в Науковому парку переважають високотехнологічні, але в свою чергу й високозатратні розробки. Проекти, які не задовольняють ці вимоги змушені шукати фінансування самостійно.

Тому першочерговим завданням для Наукового парку, поряд зі збільшенням кількості і якості пропонованих інвесторам продуктів, є диференціація форм інвестування.

Саме краудфандінг може стати поштовхом для проведення більш активної інноваційної діяльності в даній екосистемі, а також підвищить рівень їх фінансування.

Висновки до розділу 2

В системі джерел та інструментів фінансування інновацій виділено краудфандінг як інструмент фінансування інновацій на відміну від переважного його використання в благодійних та політичних цілях. За допомогою даного інструменту фінансові кошти не-рофесійних фізичних осіб, які є

неформальними інвесторами, можуть бути спрямовані на фінансування інноваційних проектів.

Переваги краудфандінгу для фінансування інноваційних проектів полягають:

- 1) у зменшенні ролі фінансових посередників;
- 2) незалежності від банківського кредитування;
- 3) просуванні інноваційного проекту і його рекламі;
- 4) тестуванні інноваційної ідеї;
- 5) публічності і прозорості інвестування в конкретні проекти;
- 6) збільшення швидкості розвитку компанії;
- 7) збереження контролю за реалізацією інноваційного проекту з боку інноватора.

Крім того, аналіз діяльності вітчизняних фінансових інститутів розвитку як джерела фінансування інновацій, через які держава генерує вітчизняний попит, дозволяє зробити висновок про недостатнє фінансування на ранніх стадіях.

Пошук альтернативних інструментів фінансового забезпечення ранніх стадій розвитку інноваційного бізнесу призвела до можливості використання краудфандінгу, суть якого полягає в колективному фінансуванні за допомогою інтернет-платформ конкретних проектів безоплатно або в обмін на грошові або негрошові винагороди. При цьому в фінансуванні за допомогою краудфандінгу задіяні три суб'єкти: емітент, фінансовий портал як кумулятивний посередник і інвестори.

Аналіз діяльності наукового парку «Київська політехніка» показав його високу ефективність у розвитку інноваційної діяльності країни. Проте, поряд з високою результативністю наукових розробок на даний час гостро постає проблема недостатнього фінансування запропонованих стартап-проектів, що пояснюється певним чином спеціалізацією самого наукового парку, а також специфікою залучених до його діяльності інвесторів.

Світовий досвід свідчить, що залучення краудфандінгу як форми інвестування інноваційних проектів дасть змогу значно підвищити їх результативність, що в перспективі дозволить залучати ще більшу кількість як молодих науковців, здатних створювати інноваційні продукти, так і більшої кількості інвесторів, зацікавлених в розвитку інновацій, що і є головною метою наукового парку.

РОЗДІЛ 3

СТВОРЕННЯ КРАУДФАНДІНГОВОЇ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ НА БАЗІ НАУКОВОГО ПАРКУ «КИЇВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

3.1. Вибір моделі краудфандінгу для активізації інноваційної підприємницької діяльності

Під краудфандінговою платформою ми розуміємо підприємство-посередника, який реалізує взаємодію між реципієнтом (ініціатором проекту) та його донорами на базі відповідного програмного забезпечення, включаючи Web-сайт для здійснення такої взаємодії. Краудфандінгова платформа повинна забезпечувати прозорість кожного проекту фінансування і управляти Web-сайтом для кожного проекту, на якому всі зацікавлені сторони можуть стежити за збором коштів, виконанням зобов'язань реципієнтами тощо [53].

Так, Nemer J. найбільш поширеними на даний момент називає такі моделі краудфандінгових платформ [52]:

1. Модель порогової застави. Ця модель на даний момент найбільш широко використовується. Її основною характеристикою є те, що платформа та ініціатор проекту домовляються про тривалість періоду збору внесків (зазвичай від двох тижнів до кількох місяців) і розмірі так званого порога, який має бути досягнутий при зборі грошей за даний період. Спонсори не перераховують свої внески, а лише обіцяють виплатити певну суму за умови, що буде досягнутий зазначений поріг протягом узгодженого періоду часу. Якщо проект набирає зазначену суму коштів, обіцянки перетворюються на фінансові зобов'язання і перераховуються на рахунок проекту. В іншому випадку, спонсори звільняються від своїх обіцянок. Різновидом даної моделі є модель, при якій суми застави

депонуються на рахунку ескроу, який знаходиться у віданні краудфандінгової платформи або банку-партнера [53].

2. Модель мікрокредитування. Дана модель функціонує на базі пірінгової взаємодії, тобто від індивідуума до індивідуума без прямої участі банку. В даному випадку також використовується принцип «порогу»: кошти виділяються краудфандінговому проекту тільки після досягнення порогового значення. Далі платформа акумулює платежі, що надходять від боржника (краудфандінгового проекту), і повертає їх кредиторам [53].

3. Модель інвестицій або акціонування. Ініціатори проекту спільно з партнерською платформою визначають період часу і цільову суму коштів, яка служить порогом для збору інвестицій. Дана сума розділяється на безліч рівних частин, які продаються через платформу у вигляді акцій за фіксованими цінами. Далі модель функціонує подібно моделі порогової застави. Через певний проміжок часу починається етап повернення інвестицій [53].

4. Модель холдингу. Для кожного ініційованого проекту краудфандінговою платформою створюється дочірня компанія в якості окремого підприємства. Кожен холдинг володіє акціями дочірнього підприємства і продає їх дрібним інвесторам. Таким чином, холдинг виступає в якості єдиного інвестора краудфандінгового проекту, поряд з іншими потенційними інвесторами на ринку капіталу [53].

5. Клубна модель. Деякі платформи організовують своє співтовариство, залучаючи потенційних спонсорів у якості членів закритого кола, який діє як інвестиційний клуб. Такі спільноти організовуються з метою уникнення ряду регулятивних обмежень, які стосуються правового захисту індивідуального інвестування [53].

Як видно з вищесказаного, краудфандінгові платформи беруть на себе виконання організаційних, трансакційних і контролюючих функцій. Вибір проектів для фінансування цілком залежить від бажання та інтересів спонсорів.

Платформа може сприяти лише правильній організації контенту та доступності проекту на її Web-порталі [53].

Так, Mollick E. У своєму емпіричному дослідженні показав, що успіх краудфандінгового проекту залежить від якості його представлення на Web-сторінці, в т.ч. наявності відео і оновлень, коректності інформації, включаючи наявність граматичних і орфографічних помилок, кількості друзів і послідовників ініціаторів проекту в соціальних мережах, а також географічної близькості інвестора до об'єкта інвестування [53, 54]. Досвід показує, що оскільки донорами в краудфандінгових проектах найчастіше є пересічні громадяни, для них соціально значущим є участь саме в «місцевих», локальних ініціативах [53, 55]. Незважаючи на доступність інформації про краудфандінгові ініціативи в Інтернет, тобто відсутність географічних обмежень у доступі до інформації, територіальна близькість до об'єкту фінансування несе соціальну функцію. Таким чином, соціальний капітал і якість інформації про проект асоціюються зі зростанням його шансів на успіх, як і його географічна близькість до потенційних інвесторів.

З огляду на вищесказане, проаналізувавши проблематику та перспективи інвестування стартап проектів, вважаємо, що необхідним елементом для повноцінного функціонування екосистеми «Sikorsky Challenge» повинна стати онлайн-платформа для інвестування проектів приватними особами-мікроінвесторами. На наш погляд, економічне середовище в нашій країні є менш сприятливим для краудфандінга як благодійного інвестування, тому ми пропонуємо в першу чергу запустити краудінвестиційну платформу. За її допомогою студенти матимуть реальний шанс реалізувати свої стартап ідеї, в тому числі ті, які вони опрацьовують під час дипломного проектування, адже починаючи з 2017 року розділ «Обґрунтування стартап проекту» є обов'язковим в структурі дипломної роботи другого (магістерського) рівня. Крім перспектив активізації інноваційної підприємницької діяльності, вважаємо, що можливість, яка відкриється перед студентами у разі належного опрацювання механізму

краудінвестингу та запуску платформи, кардинально змінить їх ставлення до підготовки своїх дипломних робіт, підвищить рівень їх наукової та практичної цінності [56].

За задумом, вартості всіх проектів, що представлятимуться на цій платформі, будуть розбиті на частки номіналом від 1 до 100 умовних одиниць, а зареєструватися та придбати частки зможе кожен бажаючий. Для того, щоб розмістити свій проект на платформі, необхідно буде на сайті, на якому вона розташована, залишити заявку із зазначенням таких даних [53]:

- концепція стартап проекту;
- бізнес-модель проекту;
- мінімальний бюджет, необхідний для запуску проекту;
- час, необхідний для запуску проекту;
- прогнозована дохідність проекту;
- термін окупності вкладених коштів;
- критичний рівень прибутковості стартапу.

Після розміщення нового стартап проекту на онлайн-платформі мікроінвестори, які є зареєстрованими в системі, отримуватимуть відповідне повідомлення. Вони матимуть можливість ознайомитись з характеристиками проекту, і, якщо виникне бажання, уклавши відповідну угоду, придбати його частку. Після запуску проекту, у визначений термін, почнеться нарахування дивідендів і інвестор буде отримувати грошові кошти на свій рахунок на цій платформі. У разі, якщо рівень прибутковості інвестованого проекту знижуватиметься нижче певного критичного рівня, буде запускатися процедура голосування серед власників часток проекту щодо визначення подальших перспектив його реалізації або ліквідації. У разі виходу з проекту, незалежно від причин, інвестор матиме можливість вивести кошти за допомогою будь-якої, зручної для нього, платіжної системи, або ж реінвестувати їх в інші проекти. Ініціатор стартап проекту, що розміщує заявку на платформі, буде виплачувати платформі винагороду, визначену у відсотковому відношенні до загальної суми

зібраних коштів. Частина цих коштів може бути використаною для часткового покриття збитків інвесторам, які зазнали збитків. За задумом, за допомогою платформи і мікроінвестори, і стартапери зможуть отримати також необхідну інформаційно-консультаційну підтримку. Проте механізм функціонування платформи наразі до кінця не визначений. Слід також враховувати, що для забезпечення легітимності та ефективності її функціонування, необхідно підпорядкувати взаємовідносини учасників певним єдиним правилам, обумовленим правовими нормами [56].

Зрозуміло, що більшість проектів малого та мікропідприємництва не є настільки привабливими для масової публіки. З цієї точки зору доцільним є використання додаткових інструментів для переконання потенційних інвесторів у необхідності підтримки проекту [53].

Використовуючи попередні дослідження науковців, з цією метою можна запропонувати запровадження інституту експертної оцінки проектів, що виставляються на краудфандінг [53]. Кожен проект повинен проходити професійну оцінку за такими параметрами:

- життєздатність бізнес-ідеї;
- коректність складання бізнес-плану;
- достатність запитаної суми для повноцінної реалізації проекту (з урахуванням вже існуючих інших джерел фінансування).

Важливо враховувати, що цільова величина фінансування повинна як мінімум покривати постійні витрати, тобто бути достатньою для запуску проекту, що фінансується [53].

Така оцінка, паралельно з інформацією, отриманою з інших джерел (соціальні мережі, рекомендації друзів і знайомих тощо) та іншими параметрами (особисті інтереси й уподобання) може служити базою для прийняття інвестором рішення про фінансування краудфандінгового проекту. Експертна оцінка повинна проводитися конфіденційно згідно принципам двостороннього «сліпого» рецензування декількома експертами [53].

Залучення професійної експертизи потрібно здійснювати з метою підтримки економічно обґрунтованих і перспективних бізнес-проектів, які часто поступаються за привабливістю популярним проектам, особливо якщо їх ініціатори досить популярні в соціальних мережах і в реальному житті.

Далі, краудфандінгова платформа може брати на себе ряд сертифікаційних функцій, пов'язаних з перевіркою легітимності суб'єктів малого та мікропідприємництва, законності пропонованих ними заходів/випуску продукції тощо. Це може бути перевірка документів та наявності кредиторської заборгованості, вивчення профілю в соціальних мережах, пошук рекомендацій від довірених осіб тощо [53].

Таким чином, пропоновані додаткові функції платформи дозволять, по-перше, зрівняти умови представлення різних проектів, по-друге, знизити недовіру публіки до даного інструменту колективного фінансування.

Схематичне зображення потоків інформації і фінансових трансакцій як зі збору коштів, так і щодо повернення боргу в краудфандінгових проектах показано на рис. 3.1.

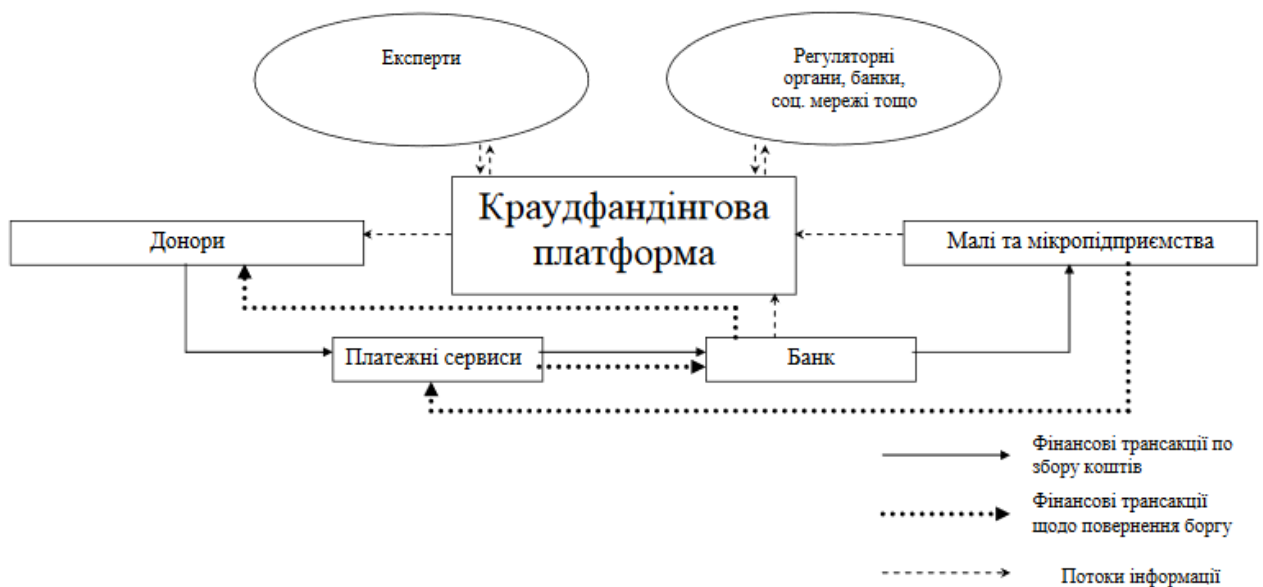


Рис. 3.1. Схема функціонування краудфандінгової платформи

Джерело: [53]

Важливо враховувати, що дана схема не враховує механізму збору порогової застави та перерахування коштів тільки після її досягнення, що є

окремим випадком функціонування краудфандінгової платформи. Прийняття рішення про використання даного механізму залежить від вибору бізнес-моделі функціонування краудфандінгової платформи. Також повернення боргу може враховувати або не враховувати отримання деякої норми прибутку на вкладений капітал, отримання нематеріальних вигод тощо, що також залежить від обраної моделі краудфандінгу [53].

3.2. Правове регулювання функціонування краудфандінгової платформи

Слід зазначити, що в зарубіжному праві є досить добре опрацьована правова база, що регулює механізми і порядок взаємини учасників аналізованих правовідносин (інвестор - краудфандінгова платформа - одержувач фінансування), і дозволяє реалізовувати на практиці більшість із існуючих способів для залучення грошових коштів інвесторів.

Як приклад можна навести досвід США. Зокрема, там був прийнятий закон - The Jumpstart Our Business Startups Act of 2012 (Jobs Act). Цей нормативний акт спрямований на надання підтримки суб'єктам підприємництва в залученні фінансових коштів на публічних ринках капіталу за допомогою зниження нормативних вимог і державного контролю по відношенню до емітентів відповідних фінансових інструментів.

Проте в Україні на даний момент немає чіткої законодавчої регламентації такого явища, як краудфандінг, правовідносини і статус осіб, які беруть участь в такому способі фінансування на законодавчому рівні не досить конкретизовані. У зв'язку з цим, застосування в нашій країні деяких способів залучення інвестицій, стає складним, а в деяких випадках - і зовсім неможливим.

Компанія, яка має намір використовувати механізм краудфандінгу (наприклад, для формування стартового капіталу), як правило, використовує

можливості інтернет-мереж, щоб отримати фінансову підтримку (інвестиції, внески, пожертвування і т.д.) від осіб, які, як правило, не є професійними фінансистами. При цьому, способи залучення інвестування можуть бути досить різноманітними, наприклад:

- Збір коштів у відсутності надання будь-якої зустрічної матеріальної вигоди інвесторам, або наприклад, в обмін на подяку або публічне висвітлення імені жертводавця (дарування, пожертвування);
- Залучення коштів в обмін на передачу інвесторам в майбутньому будь-якого результату робіт, послуг (наприклад, передача інвестору подарункового примірника випущеного аудіодиску, виданої книги і т.д.);
- Залучення коштів на умовах позики (мікрофінансування);
- Залучення коштів інвесторів в обмін на участь інвестора в статутному капіталі стартап компанії (продаж часток / акцій в статутному капіталі компанії) і ін.

Однак, незважаючи на значні прогалини законодавчого регулювання в Україні, практика створення і успішного функціонування краудфандінгових платформ в правовому полі є.

Пояснюється це тим, що сам інструмент залучення цільових фінансових потоків досить популярний і успішно зарекомендував себе в зарубіжних країнах, тому організатори краудфандінгових платформ змушені нівелювати прогалини в правому регулюванні інституту краудфандінга шляхом використання правових інструментів, передбачених чинним законодавством України, найбільш придатних для регулювання подібного інституту, тобто в даному випадку можна говорити про застосування аналогії закону.

У випадках, коли цивільно-правові відносини прямо не врегульовані законодавством або угодою сторін і відсутній звичай що застосовується зазвичай до таких відносин, якщо це не суперечить їх суті, застосовується громадянське законодавство, що регулює подібні відносини (аналогія закону). При неможливості використання аналогії закону права та обов'язки сторін

визначаються виходячи з загальних засад цивільного законодавства (аналогія права) та вимог сумлінності, розумності та справедливості.

Як правило, умови збору коштів під певний проект передбачають обов'язок платформи перераховувати ініціатору проекту зібрану суму тільки в тому випадку, якщо необхідна сума, заявлена ініціатором проекту, була зібрана в установлений проміжок часу. При невиконанні цієї умови, всі зібрані кошти повертаються інвесторам.

У зв'язку з цим виникає законне питання - чи вправі краудфандінгова платформа використовувати кошти, що знаходяться на її рахунку до того моменту, поки у неї не виник обов'язок перерахувати зібрані кошти ініціатору (в разі якщо повна сума була зібрана) або інвесторам (в разі, якщо у встановлений термін грошові кошти зібрати не вдалося).

На нашу думку, в даній ситуації є об'єктивна можливість використання грошових коштів, зібраних платформою, з урахуванням наступних обставин:

1. Необхідно розуміти, що правових підстав для використання платформою коштів немає, тому платформа повинна бути готова в будь-який момент при настанні одного з перерахованих вище обставин перерахувати кошти ініціатору або інвесторам. В іншому випадку, зазначені особи мають право звернутися із позовом до суду до платформи про стягнення заборгованості, а також відсотків, нарахованих за користування чужими грошовими коштами. Щоб хоч якимось чином «узаконити» використання платформою грошових коштів, що надійшли від фізичних осіб, до моменту і перерахування ініціатору, необхідно прописати відповідну можливість в агентський договір, який укладається між платформою і ініціатором.

2. У разі, якщо взаємини інвесторів і ініціатора проекту опосередковуються договором купівлі-продажу/надання послуг, використання платформою грошових коштів, зібраних для ініціатора, може бути обмежена у зв'язку з вимогами законодавства про платіжні агенти (обмеження на здійснення операцій за спеціальним рахунком платіжного агента).

Пропонуємо нормативно-правову базу, яка буде регламентувати взаємодію учасників краудінвестиційної онлайн-платформи, сформувати у вигляді відповідним чином оформлених та розміщених на сайті, на якому розташовується сама платформа, документів. Документи фактично повинні являти собою угоди, які врегулюють всі аспекти взаємодії учасників, а саме: угоду користувача (що врегулює взаємовідносини організаторів платформи з її користувачами); агентський договір (що врегулює взаємовідносини організаторів платформи з ініціаторами стартапів); договір на здійснення діяльності з прийому платежів (що врегулює взаємовідносини платформи з платіжними системами); договори позики, купівлі-продажу або надання послуг (що врегулює взаємовідносини інвесторів з ініціатором проекту та буде залежати від характеру вкладання коштів); положення про порядок обробки персональних даних користувачів [56].

Ці документи можуть бути оформленими як формуляри договорів, що розміщуються на сайті. Користувачі платформи, після ознайомлення, або автоматично погоджуються з їх умовами, проставляючи маркери у відповідній графі, або ж підписують в індивідуальному порядку після прийняття рішення про інвестування. Узгодження в межах правового поля та документальне відображення в угодах всіх аспектів взаємодії учасників на даний момент вбачається найбільш складним завданням, яке необхідно якомога швидше вирішити для запуску краудінвестиційної онлайн-платформи на базі наукового парку «Київська політехніка» в найкоротший термін [56].

До персональних даних фізичної особи чинне законодавство України відносить, в тому числі, його прізвище, ім'я, по-батькові, рік, місяць, дату і місце народження, адреса та іншу інформацію. Перелік такої інформації відкритий.

Обробка зазначених даних, тобто дії з персональними даними, включаючи збір, систематизацію, накопичення, зберігання, уточнення (оновлення, зміну), використання, поширення (в тому числі передача), знеособлення, блокування,

знищення, може здійснюватися особами тільки за згодою самих суб'єктів персональних даних. Звичайно законодавством визначено закритий перелік випадків, коли обробка персональних даних може здійснюватися без згоди суб'єкта таких персональних даних, однак жоден з таких випадків не може бути застосований до розглянутої нами ситуації.

Навпаки, в даному випадку обробка краудфандінгової платформи персональних даних своїх клієнтів (користувачів, відвідувачів, учасників) буде здійснюватися в тому числі з метою просування товарів на ринку шляхом здійснення з потенційними споживачами прямих контактів за допомогою засобів зв'язку (пошти), а тому така обробка визнається здійснюваною без попередньої згоди суб'єкта персональних даних, поки Компанія не доведе, що така згода була одержана.

Таким чином, обробка персональних даних, в тому числі їх передача третім особам, отриманих платформою, без згоди клієнтів на їх обробку, буде порушенням чинного законодавства України.

Згода суб'єкта на обробку персональних даних проводиться в письмовій формі і в обов'язковому порядку має включати в себе:

- прізвище, ім'я, по батькові, адреса суб'єкта персональних даних, номер основного документа, що засвідчує його особу, відомості про дату видачі зазначеного документа й орган, що його видав;
- найменування та адресу Компанії, що одержує згоду суб'єкта персональних даних;
- мета обробки персональних даних;
- перелік персональних даних, на обробку яких дається згода суб'єкта персональних даних;
- перелік дій з персональними даними, на вчинення яких дається згода, загальний опис використовуваних Компанією способів обробки персональних даних;
- термін, протягом якого діє згода, а також порядок його відкликання.

У разі відсутності будь-якої з перерахованих вище ознак, згода клієнтів на обробку їх персональних даних слід вважати недійсним. А значить, отримання подібних згод не може розглядатися в якості належного виконання вимог законодавства до змісту згоди клієнта.

Отже, якщо згоду клієнтів на обробку їх персональних даних наведені з порушенням змісту і є недійсними, обробка таких персональних даних, в тому числі їх передача третім особам, буде порушенням чинного законодавства України.

З метою мінімізації вищевказаного ризику, в угоду користувача, а також в положення про конфіденційність необхідно включити відповідні розділи, що містять чіткий механізм, що визначає порядок отримання згоди суб'єктів персональних даних, порядок обробки платформою персональних даних фізичних осіб, а також способи обробки персональних даних, з метою яких отримано згоду на обробку персональних даних.

3.3. Оцінювання ефективності створення краудфандінгової платформи на базі наукового парку «Київська політехніка»

Оцінка ефективності краудфандінгової платформи – складне питання, оскільки метою її створення не є отримання прибутку для Наукового парку, а залучення більшої кількості інвесторів та відповідно збільшення кількості профінансованих проектів. Саме тому ефективність даної платформи буде виражатися в кількості проектів, які зможуть залучити кошти для подальшого їх запуску на ринок.

Ефективність запуску краудфандінгової платформи визначається можливістю стартап-проектів залучити додаткові кошти на інвестування, недоступні раніше.

З цією метою було розглянуто вибірку з 100 найбільш профінансованих вітчизняних проектів на українських та зарубіжних краудфандінгових платформах, тобто проектів, зібрані кошти на які істотно перевищує необхідну для розробки суму. Вибірка складалася з найуспішніших стартапів в сфері інформаційних технологій, що пояснюється спеціалізацією роботи Наукового парку та виконаних проектів в даній екосистемі.

Для проведення статистичного аналізу враховувалась наступна інформація:

- назва проекту
- розробник
- необхідна сума – це сума, яка за оцінкою розробника, необхідна для створення проекту.
- сума інвестицій – цей параметр відображає кількість зібраних грошей. Тобто все інвестиції, зібрані співтовариством з урахуванням комісії краудфандінгових сервісів.
- кількість інвесторів – в даному випадку інвестором виступає людина, яка зацікавлена в створенні проекту. Кількість інвесторів, людей, які жертвували гроші на розробку проекту
- величина середньої інвестиції – тобто сума зібраних інвестицій розділена на кількість інвесторів.
- винагороди інвесторів. У деяких випадках розробники мотивують інвесторів вкладати більше грошей в проект, обіцяючи їм за це різні бонуси.

Перший етап - проведення статистичного аналізу всієї вибірки – представлено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1.

**Статистичний аналіз 100 вітчизняних проектів, що отримали
фінансування за допомогою краудфандінгу**

	Середнє	Мода	Медіана	Мін. значення	Макс. Значення
Необхідна сума на розробку, тис. грн.	215 490	500000	100000	12500	696 900
Зібрана сума, тис. грн.	370 400	-	108 200	46 750	3 330 400
Кількість інвесторів	8238	-	2989	649	87142
Інвестиція, тис. грн.	58,2		46,5	21,0	265,0

Джерело: складено автором

В даному випадку важливим показником є те, що необхідна сума на розробку проекту в середньому є значно нижчою за зібрану суму. Це свідчить про зростаючу популярність краудфандінгу не тільки зі сторони розробників проектів, а й зі сторони користувачів. До того ж, за результатами досліджень вартості розробки інформаційних технологій, розробники отримують значні кошти, яких більш ніж достатньо на розробку високоякісних проектів. Враховуючи той факт, що краудфандінговими проектами займаються невеликі компанії, дохід успішно профінансованих проектів повинен перевищити дохід аналогічних компаній, що використовують інші методи залучення капіталу.

Важливим чинником проведеного аналізу є те, що до уваги бралися саме вітчизняні проекти та їх можливість зацікавити потенційних інвесторів. Варто зазначити, що зарубіжні краудфандінгові платформи, за результатами спостереження, збирають значно більші кошти, що пояснюється, в першу чергу, платоспроможністю населення. Проте, українці все більше уваги приділяють самому поняттю краудфандінгу, що також пояснює перспективу розвитку нової платформи.

Важливо також розуміти, які проекти, що представлені на будь-якій з перерахованих у розділі 2 платформ є успішними та зібрали найбільшу суму коштів.

Наступний етап – аналіз факторів, які впливають на суму зібраних інвестицій та на успішність проекту на краудфандінговій платформі. З цією метою необхідно дослідити які категорії найбільше впливають на рішення потенційного інвестора стосовно вкладення коштів в той чи інший проект.

Проаналізувавши наукову базу, найбільш ефективними для даного завдання є математичні моделі. Так, у моделі лінійної регресії звичайний метод оцінки найменших квадратів є популярним методом, який використовують багато дослідників у всьому світі, в результаті чого модель розглядає термін «лінійна залежність» між залежною змінною та незалежними змінними в кількісній формі. Змінні, включені в модель, повинні бути «кількісними» змінними.

Проте в літературі, яка оцінює успіх або невдачу кампаній краудфандінгу, рекомендується використовувати моделі логістичної регресії для тестування гіпотез. Залежна змінна в даному дослідженні має лише два прояви «успіху» або «невдачі», тому залежна змінна отримає лише один з двох значень: 1 (коли проект успішний – в даному випадку зібрав повну суму інвестицій) та 0 (коли проект не вдався).

Крім того, модель логістичної регресії часто використовується при прогнозуванні ймовірності залежної змінної (кампанії успішні або невдалі). У цьому дослідженні ця модель є доцільною для оцінки впливу 14 факторів на ймовірність успішності проекту. Крім того, логістична модель регресії також використовується для практичних цілей. Використовуючи результати дослідження, інвестори можуть спиратися на інформацію про незалежні змінні в моделі, щоб розрахувати ймовірність успіху проектів. В результаті вони можуть прийняти надійне інвестиційне рішення, тим самим підвищуючи ефективність інвестицій.

Для аналізу ефективності варто оцінювати не тільки успіх або невдачу кампаній краудфандінгу з моделлю логістичної регресії, але також використати модель множинної регресії для оцінки впливу змінних на відсоток досягнення цільової суми капіталу та кількості застав, отриманих через кампанії краудфандінгу, для більш точного прогнозування.

За допомогою програмного пакету SPSS «Statistics» у моделі бінарної логістичної регресії було використано поняття відношення шансів (для прогнозування процентної ймовірності успішності проекту crowdfunding) як залежної змінної. У цій моделі, після тестування гіпотез та усунення всіх факторів, що мають $\sigma < 0.05$ (коефіцієнт, який безпосередньо не впливає на ймовірність успішності проекту краудфандінгу), нами було остаточно визначено три чинники, що впливають на успішність проектів: мета, кількість зображень та кількість підтримувачів, які мають суттєвий вплив на успіх краудфандінгових кампаній.

У моделі множинної регресії залежна змінна - це відсоток досягнення цілі та обчислюється за сумою інвестицій, отриманих проектом, поділена на суму початкового капіталу. У цій моделі, після перевірки гіпотез та усунення всіх факторів, що мають $\sigma < 0,05$ (коефіцієнт, який безпосередньо не впливає на ймовірність успішності проекту CF) було визначено, що існує п'ять факторів, включаючи кількість зображень, кількість відео, електронну пошту, кількість рівнів винагороди та ціль самого проекту, що суттєво впливає на відсоток досягнення фінансування. Зокрема, кількість зображень, відео та електронної інформації засновника проекту має позитивний вплив, а дві інші змінні негативно впливають на відсоток досягнення цільової суми капіталу проекту. Видно, що деякі змінні, що з'являються в моделі множинної регресії, не відображаються в моделі логістичної регресії. Іншими словами, деякі змінні впливають на відсоток досягнення цільової суми капіталу, але не впливають на успіх проекту та навпаки.

Модель множинної регресії виглядає наступним чином:

$$Y=0.433\times P+0.377\times V+0.148\times M-0.210\times N-0.243\times I$$

де P – кількість зображень,

V – кількість відео

M – кількість електронної інформації про засновника проекту

N – кількість рівнів винагороди

I – ціль проекту.

Таким чином, можна зробити висновки, що ефективність краудфандінгових платформ в світі підтверджує необхідність створення подібною на базі Наукового парку. Проте, її успішність буде залежати не тільки від правильності побудови (ієрархії) самої платформи, а й від правильно розміщення інформації про проекти на даній платформі.

Висновки до розділу 3

Проведене дослідження показує, що ринок краудфандінгу стрімко розвивається по всьому світу, з'являються і зростають численні регіональні і локальні сегменти, в найближчому майбутньому прогнозується зростання обсягів ринку.

Проведення кампанії зі збору коштів за моделлю краудфандінгу - це трудомістка і вимагає повної віддачі від команди проекту діяльність.

Дослідження, що передувало вибору моделі створення нової краудфандінгової платформи показало, що інвестиційний клімат України не сприяє на даний момент розвитку благодійного краудфандінгу, що зумовлює необхідність реалізації запропонованої платформи за умов краудінвестингу.

Законодавча база України на даний момент не готова до повноцінної підтримки подібних платформ. Саме тому юридичне узгодження питань повинно відбуватись або за нормами суміжного законодавства, або ж потрібно створювати нову законодавчу базу, яка буде підтримувати діяльність краудфандінгу як форму залучення інвестицій. В розділі надано практичні рекомендації, що стосуються як поліпшення законодавчої бази в цілому, так і питань входження інноваційних проектів чи інвесторів на платформу, регламентація їх співробітництва та права/обов'язки кожної зі сторін.

Реалізація краудфандінгової кампанії не буде успішною без дотримання деяких основних рекомендацій, серед яких вивчення досвіду успішних проектів з тієї ж сфери діяльності, складання звернення до спонсорів, вибір цільової аудиторії, налагодження контактів з адміністрацією краудфандінгової платформи, а також з іншими проектами, використовувати ресурси соціальних мереж, ретельно планувати заходи КФ кампанії, розробити систему винагород.

ВИСНОВКИ

Пріоритетним завданням українського уряду на сьогодні є забезпечення фінансування інноваційного процесу, для чого необхідно створити ефективний ринковий механізм використання кредитних і фінансових ресурсів, що передбачає розробку та реалізацію системи заходів з активізації інвестиційної діяльності комерційних банків та інших фінансових посередників, їх зацікавлення у довгостроковому кредитуванні, а також застосування поряд з кредитами таких способів фінансування інноваційних проектів, як франчайзингу, лізингу, факторингу та форфейтингу, що створюватиме необхідні умови для переміщення доходів з низькотехнологічних сегментів економіки у високотехнологічні, та сприятиме переходу до моделі інноваційного розвитку економіки.

Вагомим фактором підвищення активності інноваційної діяльності є залучення іноземних інвестицій, втім, не ставлячи це під сумнів, треба сказати, що іноземне інвестування має і негативний бік, зокрема: зростання прямих інвестицій посилює контроль за розвитком вітчизняної економіки з боку іноземних організацій; переслідуючи власні економічні інтереси іноземні компанії часто намагаються використати вітчизняні підприємства як переробні центри, завдаючи збитків довкіллю та виснажуючи природні ресурси; із загостренням міжнародної конкуренції частішають випадки нечесної конкуренції з боку великих іноземних корпорацій, які шляхом скуповування контрольного пакета акцій українського підприємства усувають його з ринку, як прямого чи потенційного свого конкурента. Тому всі питання щодо доцільності іноземного інвестування мають бути під ретельним контролем органів влади, які повинні проявляти турботу про підвищення привабливості української економіки для високотехнологічних інвестицій, сприяти утриманню в країні прибутків, одержаних від іноземних капіталовкладень, відстежувати кожен

випадок іноземного інвестування, сприяючи насамперед тим закордонним інвестиціям, які спрямовуються у сферу виробництва на ті вітчизняні підприємства, що потребують модернізації, і з великою обережністю ставлячись до кредитів, що надходять від міжнародних фінансових організацій і спрямовуються переважно в добувну та фінансову сфери, оминаючи інноваційну, чим послаблюють інноваційний потенціал нашої країни.

В роботі дано теоретичне обґрунтування краудфандінгу як інструменту фінансування інновацій. На основі історичного дослідження і аналізу даного явища в економіці, розкрито економічний зміст краудфандінгу, охарактеризовані три категорії учасників краудфандінгу (емітент, фінансовий портал як кумулятивний посередник і інвестори). На основі аналізу діяльності існуючих в світі краудфандінгових платформ систематизовані дві моделі (негрошова і грошова) з виділенням внутрішньої типології.

Особливе значення для розвитку високотехнологічних та інноваційних стартапів має акціонерний краудфандінг або краудінвестінг, що дозволяє інвесторам отримувати частину прибутку або частку в бізнесі. Охарактеризовано відмінні риси та цілі даного фінансового інструменту; фактори, що стимулюють його розвиток; а також етапи реалізації. Аналіз статистичної інформації доводить перспективність і важливість досліджуваного інструменту фінансування інновацій. Систематизовані переваги та недоліки краудінвестінгу, як для інвесторів, так і для ринку в цілому; а також виявлені потенційні можливості використання краудінвестінгу для фінансування інноваційних ідей.

Окреслена форма залучення інвестицій вбачається дуже перспективною та такою, що може бути відносно легко реалізованою технічно, проте механізм її реалізації потребує належного юридичного опрацювання. Проблема полягає в тому, що, якщо в зарубіжному праві наявна досить добре опрацьована база, що регулює порядок краудфандінгових та краудінвестиційних відносин і дозволяє легітимно реалізовувати та практиці більшість із існуючих способів залучення

грошових коштів мікроінвесторів, в українському праві немає чіткої законодавчої регламентації окреслених форм інвестування. В такому разі при організації діяльності краудінвестиційної платформи необхідно використовувати правові інструменти, передбачені чинним законодавством, що є найбільш придатними для регулювання, тобто застосовувати аналогію закону. При неможливості застосування аналогії закону, права та обов'язки сторін необхідно визначати виходячи із загальних засад цивільного законодавства, тобто застосовувати аналогію права.

З метою активізації інноваційного інвестування і розвитку малого підприємництва в пріоритетних галузях, забезпечувати конкурентоспроможність країни на основі узагальнення світового досвіду формування законодавчого базису для розвитку краудфандінгу і краудінвестінгу сформульовані організаційні заходи для функціонування даного фінансового інструменту, які можуть бути використані в українському законодавстві і діяльності фінансового мегарегулятора: введення в цивільно-правовий обіг спеціальної термінології; установлення контролю діяльності учасників шляхом фінансових обмежень.

Аналіз діяльності наукового парку «Київська політехніка» показав його ефективність в сфері створення інноваційних продуктів. Проте в структурі інноваційної екосистеми наукового парку та школи стартап-проектів «Sikorsky Challenge» не вистачає дієвих механізмів залучення інвестицій. Хоча показник фінансування інноваційних проектів з кожним роком збільшується, залишається значна кількість проектів, які не можуть залучити інвесторів. Цю проблему пропонуються вирішити за допомогою впровадження краудфандінгової платформи в структуру наукового парку. Це дозволить збільшити кількість профінансованих інноваційних проектів, покращить розвиток інноваційних продуктів в країні та підвищить рівень обізнаності громадян країни про сам науковий парк та його розробки.

Дослідження ефективності впровадження краудфандінгової платформи показало доцільність її створення (на прикладі інших інноваційних проектів України). В роботі надано практичні пропозиції стосовно формування краудфандінгової платформи, її практичної реалізації, а також наведено рекомендації стосовно розміщення інноваційних проектів на платформі, які ґрунтуються на статистичному аналізі, проведеному на базі існуючих платформ та використовуючи досвід успішно профінансованих проектів. Так, надано рекомендації стосовно релевантності інформації, яка розміщується на платформі для заохочення інвесторів, визначено чинники, які впливають позитивно на прийняття рішення та чинники, які впливають негативно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Barnett H. Innovation the Basis of Cultural change. — N.Y., 1953.
2. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. — К. : Знання, 1999. — 516 с. — С. 25.
3. Санто Б. Инновация как средство экономического развития ; [пер. с венг.] / Общ. ред. и вступ. ст. Б. В.Сазонова. — М. : Прогресс, 1990. — 296 с.
4. Инновационный менеджмент / [С. Д. Ильенкова (ред.), Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др.]. — М. : ЮНИТИ, 2000. — 328 с.
5. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397 с.
6. Господарський кодекс України. Від 16 січня 2003 р. — К. : Атака, 2003. — 208 с.
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради. — 2002. — № 36. — С. 266.
8. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. — Л. : Видавн. центр Львівського нац. ун-ту ім. І. Франка, 2001. — 607 с. — С. 20.
9. Колугін А. С. Класичне значення стартапа. URL: <http://constructor.ru/finansy/chto-takoe-startap.html>
10. Перше в Україні спеціалізоване онлайн видання, присвячене інтернет-бізнесу, інтернет-доступ: ain.ua
11. Чернова О.А., Садовников А.С. МЕХАНИЗМЫ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1.; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19212>

12. Жаліло Я. А. Матеріали круглого столу «Розвиток ринку високих технологій в Україні» // Економіка і прогнозування. – 2004. — № 3. – С. 7—73. – С. 27.
13. Інтелектуальний розвиток економіки: інноваційний експеримент // Урядовий кур'єр, від 2.02.2004 р.
14. Марцин В. С. Економічне регулювання інноваційної діяльності // Фінанси України. — 2005. — № 5. — С. 44—53.
15. Стасовский Ю. Инновации: опыт, проблемы и перспективы развития в горно-металургическом комплексе // Технополис. – 2004. – № 3.
16. Эффективное государственное управление в условиях инновационной экономики: формирование и развитие инновационных систем [Текст]: Монография / С.Н. Сильвестров, И.Н. Рыкова; под ред. С.Н. Сильвестрова и И.Н. Рыковой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2011.
17. За наукой в Поднебесную //Госменеджмент. Электронный журнал. 2014. №8. URL: <http://gosman.ru/?news=33785>) <http://gosman.ru/?news=36345>
18. Solow R.M. A Contribution to the Theory of Economic Growth //Quarterly Journal of Economics. 1956. №70, pp.65–94.
19. Новиков А.А. Ресурсы и факторы инновационного развития российской экономики //Интернет-журнал «Науковедение». 2012. № 4. С. 6. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/132evn412.pdf>
20. Смотрицкая И. Государственный заказ как механизм стимулирования инновационной деятельности предприятий-резидентов особой экономической зоны «Дубна». URL: <http://www.hse.ru/mag/gz/2010--22/42582557.html>
21. Ларионов Н.А. Российская модель венчурного финансирования: состояние и пути развития [Текст] / Н.А. Ларионов //Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2014. – №2 (51). – С.91-96
22. Ларионов Н.А. Развитие новых моделей венчурного финансирования [Текст] / Н.А. Ларионов //Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – №5 (49). – С.129-133

23. Ларионов Никита Александрович. Развитие инструментария финансирования инноваций в России: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Ларионов Никита Александрович; [Место защиты: ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный университет»].- Волгоград, 2015.- 232 с.

24. Allen F., Santomero A.M. What do financial intermediaries do? //Journal of Banking & Finance. 2001. №25 (2), pp.271–294.

25. Hardie I., Howarth D. Market-Based Banking and the Financial Crisis. URL: http://www.pol.ed.ac.uk/staff_profiles/hardie_iain/?a=64561

26. Rubinton B. Crowdfunding: disintermediated investment banking. Available at SSRN 1807204. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1807204

27. Howe J. The Rise of Crowdsourcing. URL: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.

28. Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса [Текст] / Джефф Хау. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 296 с.

29. Brabham Daren C. Crowdsourcing as a Model for Problem Solving An Introduction and Cases // The International Journal of Research into New Media Technologies. 2008. Vol 14(1), pp. 75–90

30. Ahlers, Gerrit KC, et al. "Signaling in equity crowdfunding." Entrepreneurship Theory and Practice 39.4 (2015): 955-980.

31. Ordanini, A.; Miceli, L.; Pizzetti, M.; Parasuraman, A. Crowd funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms // Journal of Service Management. 2011. № 22 (4), pp. 443

32. Rubinton, B. Crowdfunding: disintermediated investment banking. Available at SSRN 1807204. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1807204

33. Гусева Д.Е., Малыхин Н.И. Краудфандинг: сущность, преимущества и риски [Текст] / Д.Е. Гусева, Н.И. Малыхин //Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2014. – № 9-10. – С. 30-34

34. Тегин В.А., Усманов Б.Ф. Конкурентные перспективы краудтехнологий [Текст] / В.А.Тегин, Б.Ф. Усманов //Мир транспорта. – 2013. – № 4 (48). – С. 96-101.
35. Howe J. The rise of crowdsourcing. //Wired magazine. 2006. №14(6), pp.1–4.
36. Belleflamme, P., Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2010). Crowdfunding: an industrial organization perspective. In Prepared for the workshop Digital Business Models: Understanding Strategies', held in Paris on June. pp. 25–26. URL: http://economix.fr/pdf/workshops/2010_dbm/Belleflamme_al.pdf
37. Szaky T. Why Start-Ups Need 'Crowd-Funding'. You're the Boss Blog. URL: http://boss.blogs.nytimes.com/2011/12/05/why-start-ups-need-crowd-funding/?_r=0
38. Weissman C.G. SoMoLend and equity crowdfunding: What does this say about the industry? URL: <http://pandodaily.com/2013/08/20/somolend-and-equity-crowdfunding-what-does-this-say-about-the-industry/>
39. Kodisang B. Classy Acts. //Financial Mail. 2013. 01 Mar, p.92. URL: <http://www.rmb.co.za/PDFs/etfs/FinancialMail-1March2013.pdf>
40. 2013CF The Crowdfunding industry report. URL: <http://www.compromisoempresarial.com/wp-content/uploads/137356857-Massolution-2013CF-Excerpt-Revised-04182.pdf>
41. Ковтуненко К.В., Нестеренко О.В. Використання краудфандінгу як інструменту фінансування інноваційних проєктів // Журнал «Інвестиції: практика та досвід». Випуск. — № 15. — 2017. — С. 14-20.
42. Єлісеєва Л.В. Краудфандинг в Україні: проблеми та перспективи в контексті зарубіжного досвіду // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Випуск. — № 23 (частина 1). — 2017. — С. 8-11.
43. Kickstarter [Електронний ресурс]. URL : <https://www.kickstarter.com/press?ref=hello>.

44. Єлісеєва Л.В. Експонентний розвиток краудфандінгу як інструмент активізації інноваційної діяльності / Л.В. Єлісеєва // Економіка та суспільство. – 2017. – № 8. URL: <http://economyandsociety.in.ua/>.

45. Супрун Н. Соціальне підприємництво як механізм розбудови солідарної економіки / Н. Супрун // Матеріали міжнародного симпозіуму «Соціальна та економічна солідарність – український вибір». – К., 2016. – С. 36–38.

46. IndieGoGo. URL: https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you

47. Бізнес-інкубатор «Sikorsky Challenge» [Офіційний сайт]. URL: <https://www.sikorskychallenge.com>.

48. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» [Офіційний сайт]. URL: <http://kpi.ua/>

49. Науковий парк «Київська політехніка» [Офіційний сайт]. URL: <http://spark.kpi.ua/>

50. М. Ільченко. Діяльність інноваційно-виробничого об'єднання «Київська політехніка» у сфері національної безпеки і оборони // Наука: безпека країни та розвиток військово-промислового комплексу: Інформаційно-комунікативний захід (м. Київ, 12–13 жовт. 2016 р.) / відп. ред. В. С. Шовкалюк. – Київ: ТОВ «Міжнародний виставковий центр», 2016. – С. 12–13, 15–16.

51. Блог Стартап Школи Sikorsky Challenge. URL: <https://startup-kpi.blogspot.com/p/phd.htm>

52. Hemer J. A snapshot on crowdfunding [Electronic resource] / J. Hemer // Working papers firms and region. – 2011. - № R2/2011. URL : http://www.isi.fraunhofer.de/isiwAssets/docs/p/de/arbapap_unternehmen_region/ap_r2_2011.pdf?WSESSIONID=hreuynqf

53. Меджибовська Н. С. Краудфандінг як джерело розвитку малого і мікропідприємництва / Н. С. Меджибовська // Економічний вісник університету. – 2015. – № 26/2. – С. 54-60.

54. Mollick E. The dynamics of crowdfunding: An exploratory study / E. Mollick // Journal of Business Venturing. – 2014. – № 29. (2014). – P.1–16.

55. Agrawal A. K. The geography of crowdfunding [Electronic resource] / A. K. Agrawal, C. Catalini, A. Goldfarb // NET Institute Working Paper No. 10-08. – 2010. URL : <http://ssrn.com/abstract=1692661>.

56. Кравченко М. О. Перспективи застосування краудфандінгу та краудінвестінгу для фінансування стартап-проектів / М. О. Кравченко, Д. О. Кураєв // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2017. - Вип. 24(2). - С. 127-131. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24%282%29_28

57. Rubinton B. Crowdfunding: disintermediated investment banking. Available at SSRN 1807204. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1807204

58. Дикаленко М. А. От большего к лучшему / М. А. Дикаленко, Э. В. Московчук // Бизнес. – 16.02.2015. – № 7 (1150).

59. Massolution in their 2015 Crowdfunding Industry Report URL: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>.

60. Діамандіс П. Переможець : як досягти колосального успіху і вплинути на світ / П. Діамандіс, С. Котлер. – Київ : К. Fund, 2016. – 253 с.